



.../...

- En el **ámbito internacional**:
 - **Recogida a domicilio** (clientes con **contrato**).
 - **Distribución internacional**: clientes de otros países pueden optar a un servicio de transporte y distribución de sus publicaciones periódicas a España y a terceros países⁸, ejerciendo Correos de distribuidor e intermediario consolidador y a un precio más competitivo que si lo enviaran directamente desde sus países. El peso máximo es de 2 kg y circulan como ordinarios.

Tarifas y bonificaciones: tanto en el ámbito nacional como en el internacional (en sus dos zonas), se establecen **9 tramos** de peso con sus correspondientes tarifas:

- Hasta 100 g.
- Más de 100 g hasta 200 g.
- Más de 200 g hasta 300 g.
- Más de 300 g hasta 400 g.
- Más de 400 g hasta 500 g.
- Más de 500 g hasta 750 g.
- Más de 750 g hasta 1.000 g.
- Más de 1.000 g hasta 1.500 g.
- Más de 1.500 gramos hasta 2.000 gramos.

Los envíos con destino Canarias, Ceuta, Melilla o Andorra estarán exentos de la aplicación de impuestos indirectos.

Los envíos con destino a países fuera de la UE estarán exentos de la aplicación de impuestos indirectos.

Formas de pago:

- **En el momento:** pago en metálico, tarjeta de crédito o débito, Tarjeta Más Cerca, transferencia bancaria e ingreso en cuenta. **Sistemas de franqueo:**
 - Sellos.
 - Estampillas.
 - Franqueo pagado en oficina.
 - Máquina de franquear de oficina.
- Franqueo a máquina.
- Franqueo Concertado.

Principales clientes:

- Empresas editoras y distribuidoras.

Productos sustitutivos:

- Carta ordinaria.
- Paquete Azul.

Canales de comercialización:

- Red de oficinas.
- Red de ventas.
- Entidades colaboradoras.

⁸ Los países con los que Correos tiene acuerdo para prestar el servicio son: Brasil, Argentina, Rep. Dominicana, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Paraguay, Chile, Uruguay, Ecuador, Colombia, México, Venezuela, Perú, Portugal, USA.



- **Sachette** o muestra sin valor comercial: se presentan, generalmente, en **bolsitas** herméticas que contienen líquidos o productos similares (ketchup, champú, cremas...). Debe ir adherida al encarte.
 - Las características de cada sachette serán:
 - Peso **no superior a 50 gramos**.
 - El grosor o espesor no puede exceder de **5 mm**.
 - Debe tener formato **plano** para no dificultar la manipulación del envío.
 - La muestra sin valor o sachette debe ir adherida a un encarte y **no pueden ir más de 3 por publicación**.

Características del producto:

Ámbito:

- **Nacional:** España y Andorra.
 - **Zona A:** envíos con destino **local**, **capitales** de provincia, localidades con Administraciones de Correos y poblaciones de más de 50.000 habitantes especificadas por Correos.
 - **Zona B:** resto de destinos.
- **Internacional:** países que admitan el producto con dos zonas:
 - **Europa incluida Groenlandia**.
 - **Resto países**.

Plazos de entrega:

- **Nacional:** entrega en **4 días** en todo el territorio nacional (en el 90% de los envíos).
- **Internacional:**
 - Europa: de **3 a 8 días hábiles**.
 - Resto de destinos: **según país**.

Peso: máximo **2 kg**.

Dimensiones:

- **Máximas:**
 - Sobre: $L+A+A = 90$ cm, sin que la mayor exceda de 60 cm.
 - Rollo: $L+2D = 104$ cm, sin que la mayor exceda de 90 cm.
- **Mínimas:**
 - Sobre: 14×9 cm.
 - Rollo: $L+2D = 17$ cm, sin que la mayor sea inferior a 10 cm.



Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta anexa de 10×7 cm en la que figuren la dirección y el franqueo.

Embalaje y acondicionamiento: en el anverso del envío ha de figurar la inscripción “**PUBLICACIONES PERIÓDICAS**” o “**PERIÓDICO**” y podrán circular:

- **Abiertos:** bajo faja, sobre, entre cartones, dentro de tubos o en cajas abiertas, que permita la verificación del contenido.
- **Cerrados:** con la indicación “Para inspección postal abrir aquí” en una de las solapas.
- Se admite embalajes de **plástico** siempre que en el reverso lleven una franja opaca o blanca que permita la impresión indeleble, mecánica o manuscrita, tanto en el servicio nacional como en el internacional, siempre previa autorización por parte de los servicios comerciales de la zona/provincia correspondiente.

Servicios adicionales:

- En el ámbito nacional:
 - **Entrega a domicilio** de envíos sin entrega domiciliaria (en este caso, por pesar **más de 800 g**, previo abono de la tarifa correspondiente).
 - **Recogida a domicilio** (clientes con contrato).
 - **Promoprens**, entrega de productos promocionales de las publicaciones periódicas **a través de la red de oficinas**.

.../...



- Que se trate de una publicación, por lo menos, **trimestral** (como mínimo, por tanto, **cuatro ejemplares anuales**).
- Que **se imprima y se edite en España** o en cualquier otro país de la Unión Europea.
- Que sea **remitida por su empresa** editora o distribuidora.
- Que se consigne **número de orden** de publicación.
- Que lleve **fecha** de publicación.
- Que esté **paginado**.
- ➔ ■ Que el contenido publicitario de cada ejemplar no exceda de **dos tercios** de la publicación, y no pertenezca al mismo anunciante más del 20%.
- Que la tirada mínima anual sea de **1.000 ejemplares**.
- Se requiere depósito legal que contendrá ciudad de depósito, **número de depósito** y **año** en que se concedió.
- Se han de presentar en **remesas mínimas de 50 publicaciones**, **pudiéndose agrupar** las de ámbito nacional e internacional para acogerse a dicha tarifa.
- **Objetos en grupo**: **se pueden** remitir en un mismo envío objetos sometidos a tarifas distintas, **abonando en concepto de franqueo** la cantidad que resulte de sumar los importes que cada uno de ellos devengue por separado. Se requiere solicitar autorización individualizada para cada envío o remesa.
- Se permite la inclusión en su interior de **suplementos, encartes y satchettes** (muestras sin valor comercial), considerando:
 - **Suplemento**: **sección especial** de un diario, añadido que está formado por contenidos de una **misma temática**, se considera que forma parte de la publicación y debe ser de **igual o inferior tamaño** al de la publicación a que acompañan. Ejemplo, el diario “El País” con sus suplementos (Negocios, Babelia, El viajero, El País dominical).
 - **Encarte**: **hoja o conjunto** de hojas publicitarias que se insertan en una revista o periódico sueltas, o **formando parte de la revista con un formato diferente** con el objetivo de maximizar el impacto publicitario y en ocasiones para incluir **muestras de productos (satchettes)**:
 - El número de encartes a incluir es ilimitado siempre que sumados al resto de la publicación **no sobrepasen los dos tercios** de la publicidad máxima permitida.
 - Los encartes **no** pueden ir incluidos **en sobre**, en ese caso, perdería la consideración de tal y se calificaría como otro producto postal aparte.
 - Los encartes deben ser de **igual o inferior tamaño** al de la publicación a que acompañan.
 - En **ningún caso**, una vez acondicionado el envío para su distribución, **pueden exceder de las dimensiones de la publicación**. En caso contrario, a dicho suplemento o encarte se le aplicaría una tarifa distinta y por separado a la de la publicación, según el tipo de producto.



Correos establece unas condiciones para acceder a los descuentos:

- Estos descuentos se aplicarán exclusivamente a las empresas acogidas al Programa Postlibris que no tengan contrato con Correos del producto "Libros".
- Este descuento es incompatible con cualquier otro descuento de Correos.
- No se requiere mínimo de envíos para beneficiarse de los descuentos.
- Las empresas suscritas al Programa Postlibris deberán presentar siempre la Tarjeta Más Cerca de la que son titulares en el momento de la admisión de estos envíos.



- La admisión de los envíos con descuento Postlibris se realizará sólo en oficinas de Correos, no permitiéndose las admisiones en Centros de Admisión Masiva o con recogida a domicilio.
- El pago de estos envíos se podrá realizar en metálico, con tarjeta de crédito o con la propia Tarjeta Más Cerca. En el caso del producto "Libros", además podrán utilizarse sellos, estampillas o estampación con máquinas de franquear.

2. PUBLICACIONES PERIÓDICAS (PERIÓDICOS)

Producto que permite el envío de publicaciones periódicas remitidas por su empresa editora o distribuidora que previamente hayan sido calificadas como tal por la Dirección Comercial de Correos.

Se aplicará la tarifa de Publicaciones periódicas a la prensa diaria y publicaciones de información general y, por extensión, a aquellas otras dedicadas a aspectos especializados, técnicos, científicos y profesionales o destinadas a un público lector determinado, siempre que no tengan carácter exclusivo o preferentemente publicitario de una determinada entidad o producto y que cumplan los siguientes requisitos:





.../...

Canales de comercialización:

- Red de oficinas.
- Red de ventas.

Acuerdo Postlibris

Se presta este servicio en el marco de cooperación de Correos con las organizaciones representativas del sector: FEDECALI (Federación Española de Cámaras del Libro), CEGAL (Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros), FANDE (Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones) y FGEE (Federación de Gremios de Editores de España).

Podrán acogerse al Programa Postlibris las empresas editoras o distribuidoras de libros y/o establecimientos de venta a distancia de libros que acrediten que tienen como actividad primera o secundaria cualquiera de los epígrafes siguientes:

- 476.1 Edición de libros.
- 476.9 Otras ediciones NCOP.
- 479.1 Comercio al por menor por correspondencia o Internet.
- 619.6 Comercio al por mayor de libros, periódicos y revistas.
- 659.4 Comercio al por menor de libros, periódicos y revistas.
- 665 Comercio al por menor por correo o por catálogo.

Los trámites para acogerse a este programa han de realizarse en una oficina de Correos presentando:

- La tarjeta Más Cerca de Correos de la que han de ser titulares. Si no se dispone de ella, se puede solicitar y tramitar en el momento.
- La copia de la declaración censal modelo 036 o 037 del IAE de la Agencia Tributaria, en la que debe figurar como actividad primera o secundaria cualquiera de los epígrafes del sector librero antes mencionados.
- Formulario de suscripción al Programa Postlibris cumplimentado. Si no se dispone de él lo facilitarán en la oficina de Correos.

Los descuentos que se aplicarán son los siguientes:

- 25% de bonificación en la tarifa de “Libros” de ámbito nacional.
- Descuento del 30% en la tarifa de “Paq Estándar”, modalidad “Entrega en Oficina Elegida”; en el caso de que el cliente utilizara esta modalidad de Paq Estándar y quisiera incorporar al producto valores añadidos propios del producto, el descuento solo se aplicaría a la tarifa del Paq Estándar pero nunca a los valores añadidos que se contraten.

.../...

Embalaje y acondicionamiento: en el anverso del envío ha de figurar la inscripción "LIBRO" y podrán circular:

- **Abiertos:** bajo faja, sobre, entre cartones, dentro de tubos o en cajas abiertas, que permita la verificación del contenido.
- **Cerrados:** con la indicación "Para inspección postal abrir aquí" en una de las solapas.
- Se admite embalajes de **plástico** siempre que en el reverso lleven una franja opaca o blanca que permita la impresión indeleble, mecánica o manuscrita; tanto en el servicio nacional como en el internacional, siempre previa autorización por parte de los servicios comerciales de la zona/provincia correspondiente.

Servicios adicionales:

- En el **ámbito nacional:**
 - **Entrega a domicilio** de envíos sin entrega domiciliaria (en este caso, por pesar más de 500 g previo **abono** de la tarifa correspondiente).
 - **Recogida a domicilio** (clientes con **contrato**).
- En el **ámbito internacional:**
 - **Recogida a domicilio** (clientes con **contrato**).

Tarifas y bonificaciones: tanto en el ámbito nacional como en el internacional (en sus dos zonas), se establecen 9 tramos de peso con sus correspondientes tarifas:

- Hasta 100 g.
 - Más de 100 g hasta 200 g.
 - Más de 200 g hasta 300 g.
 - Más de 300 g hasta 400 g.
 - Más de 400 g hasta 500 g.
 - Más de 500 g hasta 750 g.
 - Más de 750 g hasta 1.000 g.
 - Más de 1.000 g hasta 1.500 g.
 - Más de 1.500 g hasta 2.000 g.
- 9 tramos.*

Los envíos con destino Canarias, Ceuta, Melilla o Andorra estarán exentos de la aplicación de impuestos indirectos.

Los envíos con destino a países fuera de la UE estarán exentos de la aplicación de impuestos indirectos.

Formas de pago:

- En el momento: pago en metálico, tarjeta de crédito o débito, Tarjeta Más Cerca, transferencia bancaria e ingreso en cuenta. Sistemas de franqueo:
 - Sellos.
 - Estampillas.
 - Franqueo pagado en oficina.
 - Máquina de franquear de oficina.
- Franqueo a máquina.
- ~~Franqueo pagado.~~ *Pago diferido.*

Principales clientes:

- Empresas editoras y distribuidoras.

Productos sustitutivos:

- Carta ordinaria.
- Paq Estándar.
- Paquete Azul.

.../...



rán, por tanto, en oficina, salvo en el caso de que se abone la tarifa de “Entrega en domicilio de envíos sin entrega domiciliaria” por parte del destinatario.



Características del producto:

Ámbito:

- **Nacional:** España y Andorra.
 - Zona A: envíos con destino local, capitales de provincia, localidades con Administraciones de Correos y poblaciones de más de 50.000 habitantes especificadas por Correos.
 - Zona B: resto de destinos.
- **Internacional:** países que admitan el producto con dos zonas:
 - Europa incluida Groenlandia.
 - Resto países.

Plazos de entrega:

- **Nacional:** entre 2 y 6 días hábiles (compromiso de entrega del 95% de los envíos en 6 días hábiles).
- **Internacional:**
 - Europa: de 3 a 8 días hábiles.
 - Resto de destinos: según país.

Peso: máximo 2 kg.

Dimensiones:

- **Máximas:**
 - Sobre: $L+A+A = 90$ cm, sin que la mayor exceda de 60 cm.
 - Rollo: $L+2D = 104$ cm, sin que la mayor exceda de 90 cm.
 - **Mínimas:**
 - Sobre: 14×9 cm.
 - Rollo: $L+2D = 17$ cm, sin que la mayor sea inferior a 10 cm.
- Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta anexa de 10×7 cm en la que figuren la dirección y el franqueo.

.../...

Parte_03 Libros y publicaciones periódicas

Correos lleva muchos años colaborando en la difusión de la cultura, con tarifas a precio muy competitivo para las Publicaciones Periódicas y con un programa de apoyo al sector del Libro, encuadrado en la colaboración con todas las organizaciones más representativas del sector, para poder distribuir libros en todo el territorio nacional a precios muy ventajosos.

1. LIBROS

Producto que permite el envío de publicaciones, cualquiera que sea su soporte, encuadradas o en fascículos, remitidas por empresas editoras, distribuidoras, establecimientos de venta y centros de enseñanza por correspondencia autorizados, siempre que no contengan otra publicidad que la que eventualmente figura en la cubierta o página de guarda. Para utilizar este producto las empresas no necesitan autorización previa por parte de Correos, solo estar relacionadas con el sector del libro; tampoco se necesita número mínimo de envíos para acogerse a esta tarifa.

Se consideran Libros, a efectos postales, todas las publicaciones unitarias que contengan textos de orden literario o didáctico, con posible significado cultural, así como los fascículos sueltos que estén destinados a su encuadernación posterior, por formar parte de una publicación unitaria, y las tapas (cubiertas destinadas a la encuadernación de los libros distribuidos en fascículos).

Se aplica la tarifa de Libros también al material fonográfico y videográfico (discos, casetes y vídeos), que reúna las características señaladas para los mismos (no deben tener carácter actual y personal), así como los textos de enseñanza por correspondencia enviados a sus alumnos por centros de educación a distancia autorizados, siempre que se trate de textos o lecciones, pero nunca de propaganda o publicidad de los cursos. Los devueltos por los alumnos tendrán la consideración postal y la tarifa de Carta, Paquete Azul, etc.

A los textos de enseñanza por correspondencia remitidos por centros no autorizados se les aplicará la tarifa según modalidad de envío que elijan (Carta, Paquete Azul, etc.), acogiéndose a las condiciones de los mismos.

Lo mismo ocurrirá con los Libros o material fonográfico o videográfico remitidos por particulares, que les serán de aplicación las tarifas en función del envío que elijan (Carta, Paquete Azul, etc.).

Correos cuenta con un acuerdo denominado **Postlibris**, para apoyar y fomentar la distribución de libros dentro del territorio nacional, que ofrece unas condiciones especiales a las empresas de esta área: editoras, distribuidoras y establecimientos de venta.

Los Libros tienen entrega en el domicilio del destinatario hasta 500 gramos; si su peso es superior a 500 gramos y hasta 2 kg, no se llevarán a domicilio y se entrega-

Estará disponible en la modalidad de prepago, por tanto con pago anticipado y 30 días para consumir los envíos incluidos. Se presenta bajo las siguientes opciones:

■ **Correos MKD e-Mail:**

- Pack 1.000.
- Pack 3.000.
- Pack 5.000.
- Pack 10.000.
- Pack 20.000.

■ **Correos MKD SMS:**

- Pack 1.000.
- Pack 3.000.
- Pack 5.000.
- Pack 10.000.
- Pack 20.000.

■ **Correos MKD e-Mail + Bases de Datos:**

- Pack 5.000.
- Pack 10.000.
- Pack 20.000.

■ **Correos MKD SMS + Bases de Datos:**

- Pack 3.000.
- Pack 5.000.
- Pack 10.000.
- Pack 20.000.



- **Publiccorreo Plus captación a hogares:** permite contactar mediante comunicación semidireccionada con los hogares que se adapten mejor al **target** con el que el cliente quiere contactar mediante análisis de **geomarketing**, franqueo del envío y **seguimiento de las devoluciones**.
- **Publiccorreo Plus fidelización:** permite realizar una campaña multisupoite. En primer lugar, se optimiza mediante **normalización de direcciones** la base de datos del cliente, aumentando la contactabilidad y la calidad de la comunicación. En segundo lugar, facilita las plataformas de envío para SMS y emailing de aquellos contactos de la base de datos del cliente que dispongan tanto de dirección email como de teléfono móvil. Además incluye información sobre las devoluciones.

Las tres opciones con tarifa diferenciada para:

- Hasta 20 gramos (paquetes de 1.000, 2.000, 3.000, 4.000, 5.000, 7.500 y 10.000 envíos).
- De 20 a 50 gramos (paquetes de 1.000, 2.000, 3.000, 4.000, 5.000, 7.500 y 10.000 envíos).
- De 50 a 100 gramos (paquetes de 1.000, 2.000, 3.000, 4.000, 5.000, 7.500 y 10.000 envíos).

12. CORREOS MKD

Nuevo producto de marketing que permite **enviar los mailings** de publicidad por email o **sms** directamente a los clientes. Correos MKD es una **plataforma online** que permite realizar **comunicaciones masivas y periódicas de marketing** directo a sus clientes actuales o potenciales, a través del envío masivo de emails y sms.

Los clientes de Correos gestionan de forma autónoma sus acciones de comunicación y marketing, obteniendo un análisis de los resultados de sus campañas de marketing directo.

Y si no tienen contactos de sus clientes, **Correos MKD + BBDD** les proporciona la base de datos más adecuada para hacer su envío masivo de emailing y sms al público objetivo más afín a sus necesidades, mercado y negocio.

Correos MKD es la mejor solución para, por ejemplo:

- Enviar promociones personalizadas a los clientes, por email o sms.
- Enviar publicidad para captar clientes a través de vales o cupones de descuento, bien por email o sms.
- Fidelizar a clientes a través de envíos automatizados de emails o sms con felicitaciones de aniversarios o cumpleaños.
- Dar a conocer las web de los clientes y generar tráfico a través del envío de newsletter periódicas y personalizadas.

ta la inferior derecha, sobreimpresa con la palabra “NE PAS AFFRANCHIR” en la parte superior y “NO FRANQUEAR” en la inferior.

- Encima de la dirección deben imprimirse dos barras horizontales, paralelas, de un espesor mínimo de 3 mm, 80 mm de longitud, colocadas por lo menos a 14 mm de distancia una de otra (20 mm en sus bordes externos), a 15 mm del borde derecho del envío y, entre estas dos barras, dos líneas de texto en mayúscula. La primera debe decir “RESPUESTA PAGADA”/”RÉPONSE PAYÉE” y en la segunda “ESPAÑA”/”ESPAGNE”.
- Debajo de las dos barras horizontales debe figurar el nombre del titular de la concesión, el número de apartado especial CCRI asignado, la localidad de destino con su código postal y “España” impreso con letra mayúscula.
- En el ángulo superior izquierdo debe imprimirse la indicación “POR AVIÓN”, “PAR AVION” y debajo IBRS/CCRI con el número de autorización concedido al cliente.
- Todos los textos, los símbolos y demás impresiones deben efectuarse en color oscuro contrastado con un fondo claro. No están permitidos los colores vívidos o los tonos que contengan sustancias fosforescentes.

Es necesaria la suscripción (alta) de un apartado especial para la recepción de envíos CCRI (que hay que renovar anualmente).

11. PUBLICORREO PLUS

Nuevo formato de mailing de publicorreo para los clientes con contrato y de ámbito nacional. Este producto es un pack exclusivo que incluye la comercialización de envíos de publicorreo conjuntamente con bases de datos y los trabajos de consultoría de geomarketing. Admite un peso máximo de 100 gramos y se presenta bajo las tres opciones siguientes:

- **Publicorreo Plus captación a empresas:** base de datos de empresas segmentadas según el perfil facilitado por el cliente, franqueo del envío y seguimiento de las devoluciones.



- Que los llaveros aparecidos en buzones sean cursados junto con las cartas a la oficina consignada en la placa soporte.
- Que a la llegada a destino de los llaveros, estos sean entregados al titular del apartado correspondiente, con las formalidades de rigor, es decir, previo pago del importe de la tarifa aplicable a una Carta interurbana no normalizada.

Estos llaveros los suelen proporcionar a sus clientes concesionarios de automóviles, superficies comerciales, etc.



10. CCRI: CORRESPONDENCIA COMERCIAL RESPUESTA INTERNACIONAL

En el ámbito internacional existe un servicio similar al **Franqueo en Destino**, denominado “Correspondencia Comercial Respuesta Internacional (**CCRI**)”, cuya aplicación se extiende a Cartas y Tarjetas postales normalizadas, que se rigen por las directrices del Convenio UPU sobre estos envíos, con un límite máximo de **250 gramos** para aquellos países que lo admitan (España presta el servicio CCRI con **peso máximo de 250 gramos**).

Este servicio posibilita incluir en los envíos de correspondencia dirigidos a destinatarios de otros países tarjetas y sobres respuesta que los mismos pueden devolver fácilmente sin necesidad de franquearlos.

Los envíos CCRI podrán contener correspondencia, impresos y mercancías sin valor comercial. Las Administraciones podrán convenir bilateralmente en no admitir mercaderías en los envíos CCRI y limitar su peso a 50 gramos.

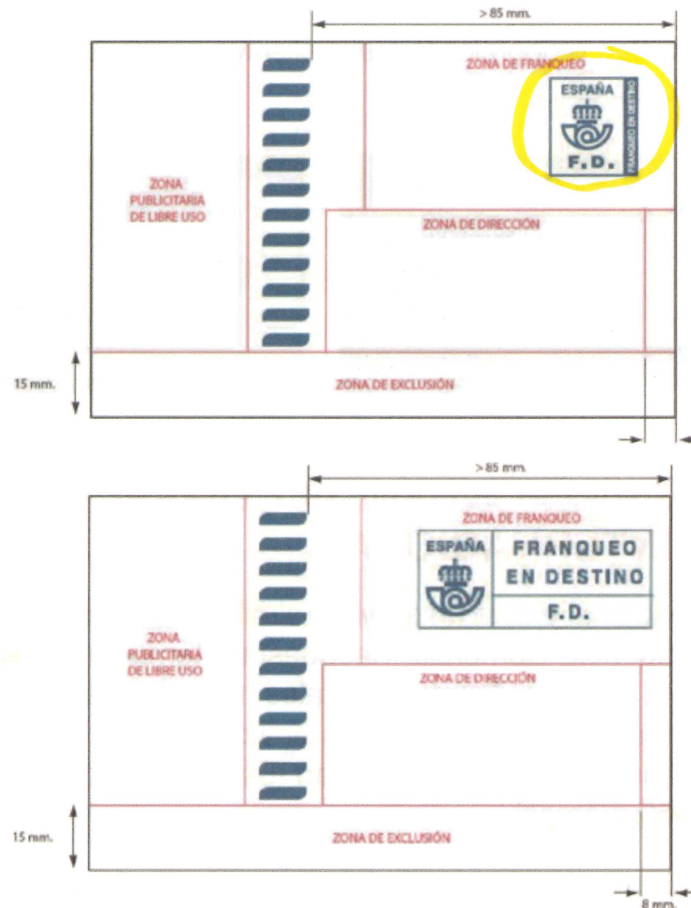
Los países que se detallan a continuación admiten hasta 2 kg de peso y las dimensiones son las mismas que las de las Cartas tanto en forma de sobre como de rollo: Austria, Bélgica, Suiza, Alemania, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, República Checa, Irlanda, Islandia, Italia, Lituania, Luxemburgo, Letonia, Noruega, Países Bajos y Hungría.

El anverso de los envíos CCRI habrá de ceñirse a la siguiente descripción:

- En el ángulo superior derecho deberá ir representado, aproximadamente a una distancia de 5 mm de los bordes superior y derecho del envío y en un recuadro de 40 mm de longitud por 30 mm de altura, el símbolo del sello de Correos, cruzado por una gruesa línea diagonal desde la esquina superior izquierda has-

- Posibilidad de incorporar imagen y publicidad del cliente en el margen izquierdo del anverso del sobre.
- Las dimensiones del sobre o cubierta del envío no podrá exceder de 23,5 x 12 cm ni ser inferiores a 14 x 9 cm y el peso será de hasta 2 kg.

$$L + A + A = 90 \text{ cm. Sin } > 60 \text{ cm.}$$



Circulación de llaveros con clave de identificación

Se autorizó la circulación por correo, con carácter de **Cartas a franquear en destino**, de aquellos **llaveros** que sean depositados en buzones por las personas que los encuentran **extraviados**, con las siguientes condiciones:

- Que la firma concesionaria de cada marca de llaveros de este tipo suscriba un apartado FD, con las formalidades reglamentarias en la Oficina de Correos de su localidad de residencia, sin que sea obligatorio hacer constar el número aproximado de objetos que vayan a remitirse, ya que el solicitante carece de datos sobre ello.
- Que los llaveros que hayan de circular por correo bajo esta modalidad lleven grabada en una de las caras de la **placa** soporte la inscripción: "**A franquear en destino, autorizado por Correos y Telégrafos**" seguida de la razón social de la empresa concesionaria, el número de apartado **FD** correspondiente y el punto de destino.



9. FRANQUEO EN DESTINO NACIONAL

Servicio que permite recibir contestación de los clientes sin coste alguno para ellos (el franqueo es abonado por el remitente a través de un Apartado postal contratado en oficina). Especialmente pensado para que los clientes envíen pedidos, respuestas a encuestas, a formularios de calidad, solicitudes de promociones, devolución de la documentación cumplimentada para creación de bases de datos de clientes.

Puede utilizarse para Cartas, Tarjetas postales y Hojas pedido de librería, como correspondencia ordinaria dentro del ámbito geográfico nacional, y cuyo formato haya sido previamente autorizado por la oficina. Estos envíos se depositan en los buzones de uso público.

Uno de los elementos fundamentales de los mailing que las empresas utilizan para llegar a sus clientes es la respuesta comercial. Esta sirve a las organizaciones para evaluar la eficacia de sus campañas publicitarias —acciones masivas de captación, suscripción, promoción y encuestas— y de la atención postventa, con la ventaja de centralizar en un único punto todas esas respuestas. Además, les permite medir sus resultados y efectos.

El nuevo diseño del sobre o tarjeta de Franqueo en Destino permite la inserción de creatividad propia del cliente en el margen izquierdo del anverso, respetando las zonas reservadas para el tratamiento automatizado de la correspondencia. Asimismo, permitirá, en un futuro, la inclusión de códigos para la lectura digitalizada de la información del cliente. Este nuevo modelo presenta las siguientes características:

- La inclusión de la identificación de Correos como proveedor del servicio que, necesariamente, llevará estos cuatro elementos:
 - La palabra “España”.
 - La cornamusa.
 - La indicación “FRANQUEO EN DESTINO”.
 - Las siglas “FD”.

Las medidas de referencia para estas indicaciones en cajetín serán de 52 x 22 mm o 19,8 x 22 mm.

- Barra vertical a color azul pantone 541 C opcional o negro. De 12 módulos de unas dimensiones de 11 x 3 mm, con una repetición vertical cada 3 mm, desde la zona superior hasta 15 mm antes del borde inferior, ubicados a partir de 85 mm del borde derecho.
- Espacio reservado para la indexación: 15 mm en el borde inferior.
- Posibilidad de utilización del color gris/negro en toda la gráfica preimpresa.
- Posibilidad de insertar en el ángulo superior izquierdo la frase: “Respuesta Comercial”.

Características del producto:

Ámbito:

- **Nacional:** en los códigos postales donde existan carros de reparto con soporte de publicidad.

Plazos:

- Los carteles de la campaña que se van a publicitar permanecerán en los soportes publicitarios de los carros de reparto contratados desde el primer día contratado.
- Para poder empezar a publicitar la campaña en la fecha señalada, el cliente deberá depositar los envíos con los carteles de la campaña con un **mínimo de cinco días hábiles de antelación**.

Condiciones del servicio:

- La comercialización de este servicio se llevará a cabo mediante el contrato específico del servicio por código postal e incluirá el total de los carros que se utilicen para el reparto de correspondencia en el código postal (distrito).
- El período **mínimo** de contratación será **un mes natural, ampliable por semanas**.
- Por la **anulación** de una campaña contratada, se cobrará el **20%** del importe del servicio en concepto de indemnización o el **100%** del importe si la comunicación de dicha anulación se realiza **dentro del mes anterior** al inicio de la misma.

Material y dimensiones:

- **Del soporte publicitario** en el que se insertará la publicidad, que se encuentra ubicado en la parte frontal de cada uno de los carros que se utilizan para el reparto, y tiene forma de bolsillo:
 - Tamaño: **32 cm de ancho x 43 cm de alto**.
 - Material: para la confección del bolsillo se utiliza un material totalmente transparente para permitir la visualización clara y total del anuncio.
- **Del cartel a publicitar:** la publicidad a insertar en los soportes publicitarios tendrá forma de cartel publicitario con las siguientes características:
 - Tamaño: aproximadamente **A3 (30 x 42 cm)** con un margen de **±5 mm**.
 - Material: al ir colocado el cartel en posición vertical, el material utilizado para la realización de estos carteles debe ser lo suficientemente rígido para que no se doble o haga arrugas. Por esta razón se aconseja utilizar como mínimo estucado brillo de aproximadamente 180 gramos/m².

Tarifa: por cada unidad de soporte de publicidad, una cantidad fija por:

- **Mes contratado.** +
- **Semana contratada.**

Valores añadidos:

- **Impresión** de los carteles para la campaña: consiste en imprimir, acondicionar, etiquetar y depositar en el punto de admisión de Correos los carteles de cada campaña que van a ser publicitados en los soportes del servicio PubliCity.

Canales de comercialización:

- Red de ventas.



- El título debe captar la atención del usuario para que siga leyendo el resto del mensaje.
- Las imágenes deben evocar sensaciones positivas y generar confianza en el usuario.
- El formulario es el punto clave de la conversación, ya que el objetivo es que el usuario deje sus datos.
- Utilizar un *call to action*, una llamada a la acción para el usuario. Por ejemplo, que envíe el formulario cumplimentado.
- Incluir los beneficios o ventajas que el producto o servicio puede tener para el cliente potencial.

La **tarifa** establecida por Correos para este servicio de captura dinámica de Lead variará en función de si la landing page se **contrata sin email de respuesta o con email de respuesta**.

8. PUBLICITY

Soportes de **publicidad** incorporados **en los carros** de reparto que se utilizan en la distribución de la correspondencia para difundir campañas de publicidad. La difusión de estas campañas se realiza mediante el alquiler de dichos soportes, donde se sitúan los carteles publicitarios que se encuentran ubicados en la parte frontal de los carros de reparto, **durante el periodo** de contratación. Esta publicidad permanecerá siempre visible en los soportes publicitarios que hayan sido contratados.



- **Normalización manual de direcciones.** Tratamientos manuales de ficheros que normalizan direcciones cuando los procesos automatizados no han permitido mejorar la calidad de los datos.
- **Enriquecimiento de direcciones.** Incorporación a cada registro de los códigos INE y la coordenada de la dirección, lo que permite su geoposicionamiento.
- **Captura de información.** Recopilación de la información cualificada que se necesite (recabada por más de 20.000 carteros) con el fin de mejorar las bases de datos y de ayudar a diseñar las estrategias de marketing.

7. GENERACIÓN Y CAPTURA DINÁMICA DE LEADS⁷

Correos ofrece la posibilidad de crear una Landing Page o página de aterrizaje, que es una página web diseñada específicamente para **convertir visitantes en leads**. El funcionamiento es sencillo: si se ofrece algo que seduzca al usuario, este estará más dispuesto a dejar información a través de un formulario si con ello va a conseguir acceso a este y otros contenidos de interés, esto permitirá captar y generar leads para conseguir el **registro de clientes potenciales** y finales disponiendo de datos de mucho interés. Generalmente, a cambio, se le ofrece al usuario un **incentivo** como participación en concursos, cupones descuento, pruebas de producto o visita comercial.

El diagrama muestra un proceso de tres pasos: 1. Datos de tu negocio (icono de casa), 2. Selecciona los trabajos que realizas (icono de llave inglesa) y 3. Confirma tu área de trabajo (icono de ubicación). Debajo, un formulario azul con el título 'Empieza a recibir trabajos hoy' y el subtítulo 'En menos de un minuto empezarás a ver presupuestos'. El formulario contiene tres campos de texto: 'Tu nombre', 'E-mail' y 'Teléfono móvil', cada uno con un icono correspondiente. Al final del formulario hay un botón naranja que dice 'Continuar »'.

Tras el acceso del cliente a la página a través de un código QR, BIDI o link, es fundamental mantener y cubrir las expectativas que la comunicación ha generado y poder captar los leads deseados.

El factor más importante es motivar al visitante para que esté dispuesto a rellenar el formulario y, por ello, la información de la landing debe ser clara y de calidad. Una vez que el usuario haya completado el formulario se le envía un email de agradecimiento y la información recogida se graba en un fichero para que el contratante del servicio pueda comenzar la interacción con él.

Para que la captación de leads sea lo más óptima posible y la landing page funcione correctamente, Correos propone seguir las siguientes recomendaciones:

⁷ Leads: registros de datos de contacto conseguidos con la cumplimentación de formularios alojados en páginas web.



- Por registro de mercado de organismos oficiales.
- Por registro de buzones por código postal: es la única base de datos oficial y contiene todos los códigos postales de España y Andorra (aproximadamente 40.000 localidades con información detallada por calles y el código INE de las poblaciones españolas).
- **Base de datos de organismos oficiales:** contiene todos los organismos públicos locales, provinciales, autonómicos y nacionales, ya sean ayuntamientos, consorcios, empresas o entidades públicas, fundaciones, instituciones o empresas participadas.
- **Capa cartográfica de códigos postales.** Compuesta por los siguientes productos:
 - Ortofoto de los códigos postales generados en base al listado de los códigos postales y su relación con las direcciones y núcleos de población.
 - Capa cartográfica vectorial de los códigos postales: datos vectoriales para mapas de alta calidad con nivel de detalle adecuado para desarrollos tecnológicos.
- **Base de datos de códigos postales** (se puede adquirir con actualización o sin actualización sucesiva). Con todos los códigos postales, municipios, entidades colectivas, entidades singulares, núcleos y diseminados de España, con información agregada del tipo: código INE a cinco dígitos, información sociodemográfica, económica y catastral.
- **Base de datos de códigos postales premium**⁶. Con actualización anual o trimestral. Es la nueva base de datos mejorada de códigos postales orientada a estrategias de marketing al incorporar indicadores socioeconómicos y territoriales. Además se han ampliado los contenidos y se ha mejorado la usabilidad con una nueva estructura de tablas que facilita la implementación en los sistemas de información de los clientes.

El periodo de contratación de todas estas bases de datos tiene una duración inicial de un año. Transcurrido este tiempo, podrá seguir renovándose por periodos también anuales. La base de datos se actualiza trimestralmente, actualizaciones que estarán disponibles para aquellos clientes con contratos con actualización.

6.3. Correos Add

Es un servicio que permite **mantener y optimizar** la calidad de las **bases de datos**, además de ofrecer el servicio de captura de información a medida, así como la recogida a petición del cliente. Correos Add se presta a través de los siguientes servicios:

- **Normalización informatizada de direcciones.** Tratamiento automatizado de ficheros que normalizan o deduplican direcciones con el fin de minimizar el fallo en el envío.

⁶ En algunos documentos, en lugar de Base de datos de códigos postales premium, se indica Base de datos de códigos postales plus.

en acciones de marketing, mayor conocimiento de mercados, diseño de rutas de ventas y marketing, potencial del mercado, etc.

- **Segmentación:** consiste en localizar individuos u organizaciones con características similares con los que formar subgrupos homogéneos en base a comportamientos semejantes, que reaccionarán de un modo parecido ante una acción de marketing o una acción comercial. La segmentación posibilita la selección de los registros que mejor representan al público objetivo al que se pretende llegar, tanto si la acción va dirigida a consumidores finales como a empresas, además de maximizar la eficacia de las acciones de marketing de los clientes mejorando los ratios de fidelización o incrementando las ventas.
- **Análisis de la calidad de datos:** audita la calidad de la información de la que disponen los clientes en sus bases de datos con el fin de ofrecer una propuesta que elimine sus carencias y maximice su rendimiento.

6.2. Correos Data

La calidad de las bases de datos son las que determinan el éxito de una comunicación y un incremento del retorno de la inversión. Para ello, Correos pone a disposición de los clientes el alquiler de base de datos con información de calidad sobre sus potenciales clientes para que estos puedan desarrollar campañas de marketing directo con más calidad y eficiencia.

La finalidad de Correos Data es ofrecer a los clientes los contactos y las técnicas idóneas con el fin de conseguir una comunicación efectiva y precisa para realizar una campaña de éxito. Correos Data procura a sus clientes la posibilidad de disponer de bases de datos tanto de empresas como de profesionales o de la ubicación de los consumidores en función del perfil al que deseen comunicar. Por otra parte, Correos Data ofrece también la base de datos de códigos postales (con actualización o sin actualización sucesiva), bases de datos enriquecidas, con el objetivo de ser el referente de información postal con todos los códigos postales, municipios, entidades colectivas, entidades singulares, núcleos y diseminados de España.

Dentro de Correos Data se engloban los siguientes productos:

- **Provisión de información para direccionar envíos:**
 - Por registro de mercado B2B (empresa a empresa). Base de datos de empresas y profesionales. Identifica a las empresas y a los profesionales, ofrece los datos de contacto y dispone de variables de segmentación e indicadores propios que facilitan la selección de aquellos negocios que mejor representan al público objetivo al que se quiere dirigir.
 - Por registro de mercado B2C (empresa a cliente). Base de datos de clientes que contiene la información del consumidor más acorde al target de la campaña de marketing directo que se quiera realizar.



- Creamailing 2:
 - Manipulado, plegado y ensobrado de hasta 2 hojas. Incluye sobre y se permiten hojas adicionales. *(de 3 a 20)*
 - Cerrado, direccionado y personalizado.
- Creamailing 3:
 - Manipulado, plegado y ensobrado de hasta 2 hojas; cerrado y direccionado (el cliente aporta el sobre).

■ Servicios individualizados:

- Impresión de documentos: se puede elegir entre carta personalizada o sin personalizar.
- Ensobrado con cierre automático o con cierre manual, incluyendo hasta 5 elementos con diferente tarifa en función de los elementos elegidos.
- Personalización de la dirección, el logo/marca o ambas cosas, dirección y logo/marca.
- Sobres: americano con ventana y sin ventana, DIN-A5 con ventana y sin ventana.

El pedido mínimo para este servicio es de 500 envíos; su depósito se hará en las oficinas de Correos para remesas no masivas y en las Unidades de Admisión Masiva para remesas masivas. En este tipo de envíos se podrán incluir muestras con un peso unitario de hasta 500 gramos.

6. CORREOS DIRECTO O SERVICIOS DE INFORMACIÓN

Nuevo enfoque de soluciones empresariales para el desarrollo de campañas de marketing directo (bases de datos, normalización de direcciones, etc.) para llegar de forma personal, directa y eficaz a los clientes o al mercado deseado. De ámbito exclusivamente nacional, se presenta bajo tres tipos de servicios exclusivos para clientes con contrato. En los tres servicios Correos se compromete a entregar los estudios contratados en un plazo máximo de 5 días y sus canales de comercialización son la Red de oficinas, Red de ventas o entidades colaboradoras.

6.1. Correos Target

Correos Target consiste en el uso de técnicas analíticas y de segmentación que permiten seleccionar el público objetivo más adecuado a la hora de lanzar una campaña de comunicación para maximizar su rendimiento. Incluye tres servicios:

- **Geomarketing:** permite geoposicionar las oportunidades de negocio mediante la representación espacial de sus clientes, mercado potencial, puntos de venta, sucursales, competencia, etc. Esta herramienta posibilita tomar decisiones, fidelizar clientes e identificar el mercado potencial de una forma precisa y eficaz. Desde el punto de vista empresarial, es una herramienta muy potente, ya que aporta múltiples beneficios como optimización de la inversión

Este servicio se desarrolla en algunas oficinas de Correos, ubicadas en grandes capitales: A Coruña, Oviedo, Pamplona, Valencia, Valladolid, Vizcaya, Barcelona, Córdoba, Madrid y Málaga. Los servicios que se ofrecen son:

■ **Impresión y personalización de documentos.** Se realiza en blanco y negro sobre una hoja DIN-A4 a una cara, con posibilidad de incluir hasta 5 hojas por envío. El contenido de estos documentos podrá ser personalizado.



■ **Plegado, ensobrado y cerrado de sobres.**

Este servicio está totalmente automatizado, pueden incluirse hasta 5 elementos entre hojas plegables y encartes o anexo. El tamaño de cada pieza debe ajustarse a las siguientes medidas máximas mecanizables:

- Hojas: 406 x 229 mm.
- Anexos: 230 x 152 mm.
- Sobres: 242 x 164 mm.

Los sobres a utilizar son los modelos estándar americano y DIN-A5 con o sin ventana, también existe la posibilidad de utilizar sobres prefranqueados de venta en todas las oficinas de Correos.

■ **Direccionado de sobres.** Consiste en la impresión de los destinos que el cliente facilite a través de una base de datos. Correos se compromete a garantizar la seguridad de los ficheros automatizados con datos de carácter personal tal y como queda recogido en el RD 994/1999, de 11 de junio.

1720/2007 de 21 diciembre

■ **Impresión de logotipos o marcas.** Si el cliente entrega en soporte informático el logotipo de su empresa, se incluirá este en sus envíos, personalizándolos.

■ **Franqueo y envío al destinatario.**

A la hora de aplicar la **tarifa**, esta variará según las dos modalidades de servicio que se pueden contratar o elegir. Estas modalidades son:

■ **Servicios conjuntos (packs):**

- **Creamailing 1:**
 - Impresión de hasta **dos hojas** de formato **DIN-A4** en **blanco y negro** a una **cara** de texto.
 - Manipulado, plegado y ensobrado de la carta. Incluye sobre y se permiten hojas adicionales DIN-A4 (de 3 a 20 máximo).
 - Cerrado, direccionado y personalizado.



.../...

Formas de pago: circulan sin ningún tipo de franqueo adherido en la cubierta, aunque sí se pueden ver con el nuevo cajetín de Franqueo Pagado de Publibuzón para aquellos clientes que tienen contrato de este sistema de franqueo.

- En el momento: pago en metálico, tarjeta de crédito o débito, Tarjeta Más Cerca, transferencia bancaria e ingreso en cuenta.
 - Sellos.
 - Estampillas.
 - Franqueo pagado en Oficina.
- Franqueo a máquina.
- Franqueo pagado.

Principales clientes:

- Grandes superficies.
- Profesionales.
- Pymes.
- Empresas públicas.
- Sectores de banca, comunicaciones, distribución, seguros, viajes.
- Empresas de marketing.

Productos sustitutivos:

- Publicorreo Óptimo.
- Publicorreo Premium.

Canales de comercialización:

- Red de oficinas.
- Red de ventas.
- Entidades colaboradoras.

Argumentario de venta:

- Es uno de los medios de publicidad más eficaces para la captación de clientes, y el más barato.
- La distribución de Correos es eficaz, al ser realizada por profesionales que salen al reparto con órdenes de trabajo específicas, según las características de cada campaña.
- Los carteros tienen acceso garantizado a los casilleros domiciliarios por lo que el buzoneo siempre se realiza teniendo en cuenta que sólo debe echarse un envío por buzón, nunca, salvo orden en contrario, en los buzones de la comunidad, vacíos o bajo puertas.
- Y además, los carteros de Correos están constantemente formándose con cursos de reciclaje y adaptación a nuevas aplicaciones informáticas y procesos de reparto.

5. CREAMAILING

Este servicio de Correos da al mailing calidad profesional. Para incrementar la eficacia de los envíos publicitarios, evitando su manipulación, Correos realiza todo el proceso de tratamiento integral y automático de envíos publicitarios, desde la impresión y personalización de documentos hasta el plegado, ensobrado y direccionado de sobres con la máxima calidad. Como complemento a los servicios que presta Creamailing, la oficina que realiza el trabajo franquea y cursa los envíos.

Características del producto:

Ámbito:

- **Nacional:** España y Andorra.

Plazos de entrega: 4 días hábiles el 90% de los envíos para todo el territorio nacional. Esta calidad sólo será válida para envíos depositados antes de las 16:00 horas en oficinas de admisión con turno de tarde o 14:30 horas en oficinas con horario sólo de mañana.

Peso: máximo 100 g.

Dimensiones:

- **Máximas:**
 - Sobre: $L+A+A = 90$ cm, sin que la mayor exceda de 60 cm.
 - **Mínimas:**
 - Sobre: 14 x 9 cm.
- No se admiten en forma de rollo.

Embalaje y acondicionamiento:

- Estos envíos pueden ir:
 - Al descubierto.
 - En sobre abierto o cerrado, en este último caso deberá llevar la indicación “para inspección postal abrir aquí” y en la cubierta del envío indicar que se trata de un envío de “Publibuzón” o “Envío Publicitario sin dirección”.
- No llevan adherido ningún tipo de franqueo.
- Se presentan en paquetes de 25, 50 o 100 ejemplares.
- Irán acompañados de una relación por duplicado en la que ha de constar: peso de cada impreso, lugar de distribución y número de ejemplares a distribuir.

Servicios adicionales:

- Selección de sectores urbanos de distribución: el cliente puede elegir un sector geográfico determinado para realizar sus acciones de buzoneo.
- Seguimiento de campañas: devolución de información al cliente sobre el estado en el que se encuentra la distribución de su campaña.
- Recogida a domicilio (solo clientes con contrato).

Tarifas y bonificaciones: las establecidas para estos productos, contemplan cuatro tramos de peso:

- Hasta 20 g normalizados.
- Hasta 20 g sin normalizar.
- Más de 20 g hasta 50 g.
- Más de 50 g hasta 100 g.

Incremento en caso de selección de sectores de distribución (tarifa fija por envío).

Posibilidad de bonificaciones según acuerdo.

Los envíos con destino Canarias, Ceuta, Melilla o Andorra estarán exentos de la aplicación de impuestos indirectos.

.../...



Tabla resumen envíos de Publicorreo

	Publicorreo Estándar e Internacional	Publicorreo Óptimo	Publicorreo Premium
Peso/Envío	Hasta 500 g	Entrega en el buzón de envíos de hasta 800 g	Entrega en buzón o a domicilio de envíos de hasta 2 kg
Envíos por remesa (mínimo)	500 envíos	100 envíos	50 envíos
Libertad de formato	No	No	Libertad de formato/color
Plazos de entrega	90% de los envíos en D+4 (Estándar)	90% de los envíos en D+4	90% de los envíos en D+4

4. PUBLIBUZÓN (ENVÍO PUBLICITARIO SIN DIRECCIÓN)

Envío de publicidad **sin personalizar** que llega a todos los **buzones**. Publibuzón permite realizar en toda España acciones publicitarias o promocionales para la captación de clientes, directamente por buzoneo, mediante comunicaciones en las que no figura ningún dato sobre la identidad del destinatario. Requiere un mínimo de **100** envíos por remesa. Además, el cliente tiene la opción de seleccionar los **barrios y zonas geográficas** en función de la zona de influencia de los puntos de venta del cliente o del público objetivo al que éste se quiera dirigir.



.../...

Opciones: con contrato.

Embalaje y acondicionamiento:

- El embalaje debe garantizar la integridad del contenido y en la cubierta del envío debe figurar la inscripción: "PUBLICORREO PREMIUM".
- El embalaje debe permitir la verificación del contenido, con independencia de que lleve o no la indicación "para inspección postal, abrir aquí". Podrán ser:
 - Abiertos: bajo faja, sobre, entre cartones, dentro de los tubos o en cajas abiertas.
 - Cerrados: con la indicación "Para inspección postal abrir aquí" en una de las solapas.
 - Se admite embalajes de plástico siempre que en el reverso lleven una franja opaca o blanca que permita la impresión indeleble, mecánica o manuscrita, siempre previa autorización por parte de los servicios comerciales de la zona/provincia correspondiente.

Tarifas: dos zonas tarifarias como el Publicorreo Estándar:

- ZONA A: envíos con destino local, capitales de provincia, localidades con Administraciones de Correos y poblaciones con más de 50.000 habitantes especificadas por Correos.
- ZONA B: resto de destinos.

Se estructura con ~~38~~ ³³ tramos de peso para las dos zonas de aplicación de tarifas, hasta los 2 kg de peso.

Los envíos con destino Canarias, Ceuta, Melilla o Andorra estarán exentos de la aplicación de impuestos indirectos.

Valores añadidos:

- Recogida a domicilio.
- ~~Tempo: este servicio permite que los clientes que lo contraten puedan elegir las fechas de reparto de sus envíos de Publicorreo Premium:~~
 - ~~Envíos a entregar "Antes de ..."~~
 - ~~Envíos a entregar "Después de ..."~~
 - ~~Envíos a entregar entre dos fechas determinadas.~~
- **Información de devoluciones:** se remitirá la información al cliente de forma telemática sobre los envíos devueltos de una remesa. Admite las siguientes opciones:
 - Con información sobre el motivo de la devolución.
 - Sin información sobre el motivo de la devolución.
 - Con destrucción de los envíos devueltos.
 - Sin destrucción de los envíos devueltos y retorno al remitente.
- **Seguimiento de campañas:** devolución de información al cliente sobre el estado en el que se encuentra la distribución de su campaña.
- **Destrucción de envíos devueltos:** servicio específico de destrucción de envíos sin necesidad de combinarlo con la información de devoluciones.

Productos sustitutivos:

- Publicorreo Estándar.
- Publicorreo Óptimo.

Canales de comercialización:

- Red de oficinas.
- Red de ventas.
- Entidades colaboradoras.



3. PUBLICORREO PREMIUM

Es el mailing creativo de Correos. La solución para envíos de marketing directo especiales que necesitan formatos exclusivos. La mejor opción para enviar muestras y regalos promocionales dirigidos a clientes. Exclusivo para clientes con contrato comercial con Correos.

Este producto debe reunir los siguientes requisitos:

- Estar formados por comunicaciones publicitarias o promocionales, muestras, catálogos, estudios de mercado o publicidad.
- Que contengan un mensaje similar, aunque el nombre, dirección y cualquier número o código de identificación que se asigne a sus destinatarios sean distintos en cada caso.
- Que se remitan un mínimo de 50 ejemplares por remesa.
- Se trata de envíos con dirección. Las señas podrán figurar en el objeto mismo o en su envoltura.



Características del producto:

Ámbito:

- **Nacional:** España y Andorra.

Plazos de entrega:

entre 2 y 4 días en todo el territorio nacional (90% de los envíos en 4 días hábiles), siempre que los envíos hayan sido depositados antes de las 16:00 horas en oficinas con turno de tarde o 14:30 horas en oficinas con horario sólo de mañana.

Peso:

el peso máximo por envío es de 2 kg.

Dimensiones:

Máximas:

- Sobre L+A+A = 90 cm, sin que la mayor exceda de 60 cm.
- Rollo L+2D = 104 cm, sin que la mayor exceda de 90 cm.

Mínimas:

- Sobre 14 x 9 cm.
- Rollo L+2D = 17 cm, sin que la mayor sea inferior a 10 cm.

Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar adherida una etiqueta de 10 x 7 cm en la que figure la dirección y el franqueo.

.../...

.../...

- Dicho embalaje debe permitir la verificación del contenido, con independencia de que lleve o no la indicación “para inspección postal abrir aquí”. Podrán ser:
 - Abiertos: bajo faja, sobre, entre cartones, dentro de los tubos o en cajas abiertas.
 - Cerrados: con la indicación “Para inspección postal abrir aquí” en una de las solapas.
 - Se admite embalajes de plástico siempre que en el reverso lleven una franja opaca o blanca que permita la impresión indeleble, mecánica o manuscrita, siempre previa autorización por parte de los servicios comerciales de la zona/provincia correspondiente.

Tarifas: dos zonas tarifarias como en el Publicorreo Estándar:

- ZONA A: envíos con destino local, capitales de provincia, localidades con Administraciones de Correos y poblaciones con más de 50.000 habitantes especificadas por Correos.
- ZONA B: resto de destinos.

Se estructura con 32 tramos de peso para las dos zonas de aplicación de tarifas, hasta los 800 g de peso.

Los envíos con destino Canarias, Ceuta, Melilla o Andorra estarán exentos de la aplicación de impuestos indirectos.

Valores añadidos: exclusivamente para clientes con contrato:

- Recogida a domicilio.
- ~~Tempo: este servicio permite que los clientes que lo contratan puedan elegir las fechas de reparto de sus envíos de Publicorreo Óptimo:~~
 - ~~Envíos a entregar “Antes de ...”~~
 - ~~Envíos a entregar “Después de ...”~~
 - ~~Envíos a entregar entre dos fechas determinadas.~~
- Información de devoluciones: se remitirá la información al cliente de forma telemática sobre los envíos devueltos de una remesa. Admite las siguientes opciones:
 - Con información sobre el motivo de la devolución.
 - Sin información sobre el motivo de devolución.
 - Con destrucción de los envíos devueltos.
 - Sin destrucción de los envíos devueltos y retorno al remitente.
- Seguimiento de campañas: devolución de información al cliente sobre el estado en el que se encuentra la distribución de su campaña.
- Destrucción de envíos devueltos: servicio específico de destrucción de envíos sin necesidad de combinarlo con la información de devoluciones.

Productos sustitutivos:

- Publicorreo Estándar.
- Publicorreo Premium.

Canales de comercialización:

- Red de oficinas.
- Red de ventas.
- Entidades colaboradoras.



2. PUBLICORREO ÓPTIMO

Envíos de mailing personalizado para todo tipo de clientes (con contrato y sin contrato), buzzoneables, destinados a la promoción y venta de bienes y servicios. Podrán incluir, además, objetos o mercancías promocionales siempre que este hecho no impida su tratamiento automatizado y su posterior entrega en el casillero domiciliario.

Este producto debe reunir los siguientes requisitos:

- Estar formados por comunicaciones publicitarias o promocionales, muestras, catálogos, estudios de mercado o publicidad.
- Que contengan un mensaje similar, aunque el nombre, dirección y cualquier número o código de identificación que se asigne a sus destinatarios sean distintos en cada caso.
- Que se remitan un mínimo de 100 ejemplares por remesa.
- Se trata de envíos con dirección. Las señas podrán figurar en el objeto mismo o en su envoltura.



Características del producto:

- \\ **Ámbito:**
 - **Nacional:** España y Andorra.
- \\ **Plazos de entrega:** entre 2 y 6 días en todo el territorio nacional (90% de los envíos en 4 días hábiles), siempre que los envíos hayan sido depositados antes de las 16:00 horas en oficinas con turno de tarde o 14:30 horas en oficinas con horario sólo de mañana.
- \\ **Peso:** el peso máximo por envío es de 800 g.
- \\ **Dimensiones:**
 - **Máximas:** 23 x 33 x 2 cm.
 - **Mínimas:** 14 x 9 cm. No se aceptarán para este producto los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas aunque lleven adherida la etiqueta de 10 x 7 cm admitida en otros productos.
- \\ **Opciones:** con contrato y sin contrato.
- \\ **Embalaje y acondicionamiento:**
 - El embalaje debe garantizar la integridad del contenido y en la cubierta del envío debe figurar la inscripción: "PUBLICORREO ÓPTIMO".

.../...

.../...

Tarifas y bonificaciones:

- **Ámbito nacional:** se establecen dos grupos de precios en función del destino de los envíos:
 - ZONA A: envíos con destino local, capitales de provincia, localidades con Administraciones de Correos y poblaciones de más de 50.000 habitantes especificadas por Correos:
 - Tarifa para envíos hasta 10 g de peso.
 - Tarifa para envíos con más de 10 g de peso hasta 500 g:
 - Tarifa por envío (peso máximo del envío 500 g).
 - Tarifa por kilogramo.
 - ZONA B: los dirigidos al resto de poblaciones:
 - Tarifa para envíos hasta 10 g de peso.
 - Tarifa para envíos con más de 10 g de peso hasta 500 g:
 - Tarifa por envío (peso máximo del envío 500 g).
 - Tarifa por kilogramo.

Los envíos con destino Canarias, Ceuta, Melilla o Andorra estarán exentos de la aplicación de impuestos indirectos.

- **Ámbito internacional:** precios diferenciados según zona:
 - ZONA 1: Europa excepto Dinamarca, Finlandia, Islandia, Noruega y Suiza.
 - ZONA 2: resto de países.

Con igual estructura tarifaria para ambas zona:

- Tarifa por envío (hasta 100 g).
- Tarifa por kilogramo.

Los envíos con destino a países fuera de la UE estarán exentos de la aplicación de impuestos indirectos.

Formas de pago:

- En el momento: pago en metálico, tarjeta de crédito o débito, Tarjeta Más Cerca, transferencia bancaria e ingreso en cuenta. Sistemas de franqueo:
 - Sellos.
 - Estampillas.
 - Franqueo pagado en oficina.
 - Máquina de franquear de oficina.
- Franqueo a máquina.
- Franqueo pagado.

Productos sustitutivos:

- Publicorreo Óptimo.
- Publicorreo Premium.

Principales clientes:

- Agencias de publicidad directa.
- Empresas de venta por correo.
- Grandes clientes.

Canales de comercialización:

- Red de oficinas.
- Red de ventas.



.../...

Peso:

- **Ámbito nacional:** 500 g.
- **Ámbito internacional:** 100 g.

Dimensiones:

Ámbito nacional:

- **Máximas:**
 - Sobre: $L+A+A = 90$ cm, sin que la mayor exceda de 60 cm.
 - Rollo: $L+2D = 104$ cm, sin que la mayor exceda de 90 cm.
- **Mínimas:**
 - Sobre: 14×9 cm.
 - Rollo: $L+2D = 17$ cm, sin que la mayor sea inferior a 10 cm.
 - Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar adherida una etiqueta de 10×7 cm, en la que figure la dirección y el franqueo.

Ámbito internacional

- **Máximas:**
 - Longitud: menor o igual a 353 mm.
 - Ancho: menor o igual a 250 mm.
 - Espesor: menor o igual a 30 mm.
- **Mínimas:**
 - Sobre: 9×14 cm.

Opciones: con contrato y sin contrato.

Embalaje: debe garantizar la integridad del contenido y los envíos podrán circular:

- Abiertos: bajo faja, sobre, entre cartones, dentro de tubos o en cajas abiertas.
- Cerrados: con la indicación "Para inspección postal abrir aquí" en una de las solapas.
- Se admite embalajes de plástico siempre que en el reverso lleven una franja opaca o blanca que permita la impresión indeleble, mecánica o manuscrita; tanto en el servicio nacional como en el internacional, siempre previa autorización por parte de los servicios comerciales de la provincia/zona correspondiente.

Acondicionamiento: en la cubierta del envío debe figurar una de las siguientes inscripciones:

- **Ámbito nacional:** "PUBLICIDAD DIRECTA", "PUBLICORREO" o "PD".
- **Ámbito internacional:** "IMPRIMÉ" o su equivalente en una lengua conocida en el país de destino.

Servicios adicionales:

- **Ámbito nacional:**
 - Recogida a domicilio (clientes con contrato).
 - Gestión de Respuestas Comerciales FD (Marketing Directo).
 - Seguimiento de campañas
- **Ámbito internacional:**
 - Recogida a domicilio (clientes con contrato).
 - Gestión de Respuestas Comerciales CCRI (Marketing Directo).
 - Distribución internacional: clientes de otros países pueden optar a un servicio de transporte y distribución de su publicorreo, impresos y mercancías publicitarias a España y a terceros países⁵, ejerciendo Correos de distribuidor e intermediario consolidador y a un precio más competitivo que si lo enviaran directamente desde sus países. El peso máximo es de 2 kg y circulan como ordinarios.

.../...

⁵ Los países con los que Correos tiene acuerdo para prestar el servicio son: Brasil, Argentina, Rep. Dominicana, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Paraguay, Chile, Uruguay, Ecuador, Colombia, México, Venezuela, Perú, Portugal, USA.

- Circularán de forma que su envoltorio permita la inspección postal, por lo que si circulan cerrados, llevarán en una de las solapas la indicación “para inspección postal abrir aquí”.
- Este servicio podrá prestarse también a clientes sin contrato. No se requiere mínimo de envíos al año.
- En el ámbito internacional el Publicorreo engloba los impresos y los pequeños paquetes.



Características del producto:

Ámbito:

- **Nacional.** Se le llama **Publicorreo Estándar**: España y Andorra. Con dos zonas tarifarias:
 - ZONA A: aplicable a envíos con destino local, capitales de provincia, Administraciones de Correos y poblaciones de más de 50.000 habitantes recogidas en la intranet de Correos.
 - ZONA B: resto de destinos.
- **Internacional.** Se le llama **Publicorreo Internacional**: todos los países que pres-ten dicho servicio, con dos zonas tarifarias:
 - ZONA 1: Europa, excepto Dinamarca, Finlandia, Islandia, Noruega y Suiza.
 - ZONA 2: resto de países.

Plazos de entrega:

- **Nacional:** entre 2 y 6 días hábiles (en 4 días hábiles el 90% de los envíos), siem-pre que los envíos hayan sido depositados antes de las 16:00 horas en oficinas con turno de tarde o 14:30 horas en oficinas con horario sólo de mañana.
- **Internacional:**
 - Europa: de 5 a 8 días hábiles (plazo promedio indicativo).
 - Resto de destinos: según países.

.../...



“Publicity” es la opción de marketing directo que utiliza como soporte “móvil” los carros de reparto de Correos, un canal que proporciona mayor visibilidad a las campañas publicitarias.

Las empresas disponen además de soluciones complementarias como el “franqueo en destino”, que facilitan al cliente final el envío de respuestas sin preocuparse del coste; la “creación y captura de leads”, para facilitar la captación y registro de clientes potenciales; y el “seguimiento de campañas”, que informa sobre la distribución de las campañas masivas de publicidad



1. PUBLICORREO

Envíos de marketing directo personalizados, publicitarios y promocionales de la forma más sencilla y directa para remesas en las que el contenido y los ejemplares sean iguales. Correos ofrece la máxima calidad en el mailing postal a un precio competitivo.

Los envíos han de reunir los siguientes requisitos:

- Estar formados por comunicaciones publicitarias o promocionales, **muestras**, catálogos, estudios de mercado o publicidad, a las que podrán acompañar objetos o mercancías.
- Tener un **contenido similar**, aunque el nombre, la dirección y el número de identificación que se asigne a sus **destinatarios sean distintos** en cada caso.
- Ser remitidos con un mínimo de **500 ejemplares** por remesa, con la única variación de los datos del destinatario (**se pueden sumar envíos nacionales e internacionales**).
- Pueden incluir en el envío un **cupón respuesta** para conocer el impacto de las campañas publicitarias o crear una base de datos de los clientes.
- Tienen que ser envíos con dirección. Las señas podrán figurar en el objeto mismo o en su envoltura.

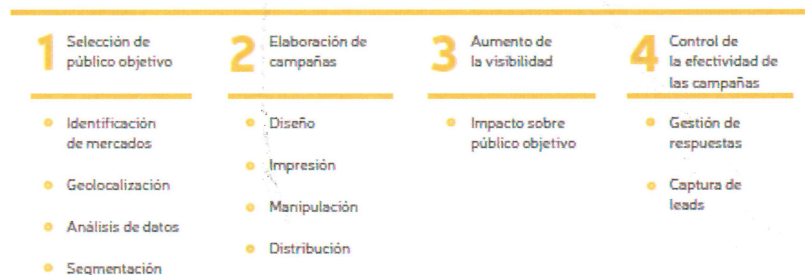
Parte_02 Correos directo: publicidad y marketing

El mailing físico, esto es, los envíos destinados a la promoción y venta de bienes y servicios, continúa siendo el medio publicitario más eficaz, pero los clientes demandan cada vez más valores añadidos que aporten una mayor efectividad y retorno de información sobre las campañas.

Correos Directo es la solución integral de marketing directo que combina los productos y servicios más adecuados para optimizar la captación de clientes potenciales y mejorar la eficacia de las comunicaciones comerciales.

Esta cartera comercial ofrece soluciones para toda la cadena de valor del marketing directo, desde la definición del público objetivo y la identificación de mercados relevantes, hasta la evaluación de la efectividad de las campañas. Por ese motivo, en este tema vamos a incluir cada uno de los productos y servicios que engloban toda la cadena del marketing directo.

Cadena de valor del marketing directo



Los productos de marketing directo engloban diferentes tipologías en función del tamaño del envío, las especificaciones y el lugar de entrega. Para remitir envíos con dirección, Correos cuenta con: “Publiccorreo óptimo”, concebido para envíos de formato estandarizado, que por su peso y tamaño permiten su tratamiento automatizado y depósito en el buzón domiciliario; “Publiccorreo premium”, orientado a los envíos que requieran mayor flexibilidad en su formato, color y peso, generando *mailings* creativos y con mayor impacto; y “Publiccorreo”, que permite realizar campañas masivas nacionales e internacionales. Adicionalmente, “Publibuzón” facilita la distribución de publicidad sin necesidad de incluir la dirección del destinatario.

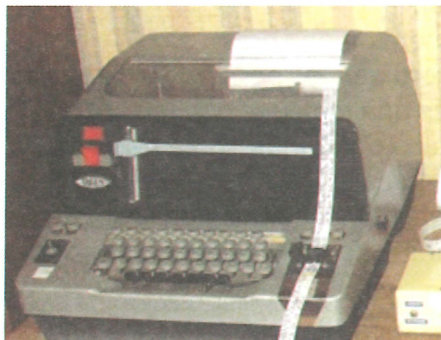
Correos Directo cuenta con servicios basados en bases de datos para la captación de clientes, como “Correos Target”, que facilita la selección del público objetivo mediante el uso de técnicas analíticas, de segmentación, geolocalización y análisis de datos. “Correos Data” se centra en el alquiler de bases de datos de empresas y profesionales, así como de clientes y códigos postales para desarrollar campañas efectivas. “Correos ADD” permite la normalización de direcciones, enriquecimiento de bases de datos y captura de información relevante por parte de los empleados de reparto.



13. TÉLEX (TELEPRINTING-EXCHANGE)

Es una red que facilita la comunicación impresa a distancia entre abonados a esa red, mediante terminales instalados en sus empresas, despachos, domicilios, etc., pudiendo acceder entre sí automáticamente a la red nacional o internacional.

Es un servicio obsoleto por el avance de las comunicaciones por fax, el desarrollo de las redes de transmisión de datos de telefonía y el avance de Internet. Correos ofrece en la actualidad a los abonados que lo solicitan este servicio mediante un software emulador del Télex, que envía y recibe los mensajes sobre Internet.



Características del producto:

Ámbito:

- **Nacional:** España y Andorra.
- **Internacional:** todos los países, en las tarifas por comunicación se establece un importe único con independencia del país de destino del télex.

Plazo de entrega:

- Transmisión inmediata.

Tarifas:

- Tarifas por una sola vez:
 - Derecho de acceso a la red télex y primera instalación.
 - Cada operación de cambio de distintivo a petición del abonado.
- Tarifas mensuales:
 - Cuota de abono.
- Tarifas por comunicaciones medidas:
 - Por cada minuto o fracción para las interiores que incluye todo el territorio nacional, así como las internacionales.
- Las comunicaciones télex con estaciones móviles se prestan vía satélite (Inmarsat) y se tarifican por cada minuto o fracción.

.../...

Tarifas:• **Ámbito nacional:**

- Se compone de dos importes:
 - Importe fijo por Telegrama enviado, la cantidad varía en función del tipo de Telegrama enviado.
 - Importe fijo por cada 50 palabras o fracción, con diversas cantidades para los diferentes tipos de telegramas.
- Los Telegramas admitidos por teléfono además de las tarifas que les correspondan, según su clase, devengarán una tarifa adicional por cada despacho.

• **Ámbito internacional:**

- Se tarifica por número de palabras:
 - **Continetales ordinarios:** por cada palabra una cantidad (sin mínimo de percepción) más una tarifa fija por Telegrama enviado.
 - **Intercontinentales ordinarios:** tarifa por palabra (con una percepción mínima de siete palabras).
- Los admitidos por teléfono: además de las tarifas que le correspondan, según su clase, devengarán una tarifa adicional por cada despacho.

Acondicionamiento: Correos pone a disposición de sus clientes un impreso específico (TG-1). Pueden presentarse en otro papel que pueda adherirse a dicho impreso.

Productos sustitutivos:

- Burofax/Burofax on line.
- Carta certificada urgente.
- Notificación administrativa.

Canales de comercialización:

- Red de oficinas.
- Red de ventas.
- Correos Online.

Garantías adicionales:

- Por demora imputable a Correos, la indemnización correspondiente será la devolución de la tarifa abonada.



Encontramos los siguientes **tipos de Telegramas**:

■ **Ámbito nacional:**

- Telegramas con entregas domiciliarias o anticipadas por teléfono, con posterior entrega.
- Telegramas sin entrega domiciliaria (a entregar en Lista, Apartado o a comunicar por teléfono —TFx-, fax —FAXx- ~~o télex~~ —~~TEXX~~).
- Telegramas admitidos por teléfono (902 197 197) y conocidos popularmente como Telebén.
- Telegramas online.

■ **Ámbito internacional:**

- Telegrama ordinario:
 - Continental.
 - Intercontinental.
- Telegrama admitido por teléfono (Telebén).
- Telegrama online.

Características del producto:

\\ **Ámbito:**

- **Nacional:** España y Andorra.
- **Internacional:**
 - Régimen Continental: Europa, Turquía, Argelia, Egipto, Israel, Jordania, Líbano, Libia, Marruecos, Siria y Túnez.
 - Régimen Intercontinental: resto de países no incluidos en el Continental.

\\ **Plazo de entrega:**

- **Ámbito nacional:**
 - El mismo día (D+0) para envíos admitidos en oficina antes de las 13:00 horas (las 12:45 horas si el proceso de admisión es online) siempre que vayan dirigidos a localidades **con USE** y exceptuando los meses de julio, agosto y septiembre.
 - A la mañana del día hábil siguiente (D+1) para envíos admitidos después de las 13:00 horas (12:45 si la admisión es online) o dirigidos a localidades **sin USE**.
- **Ámbito internacional:**
 - Según país de destino.

\\ **Servicios adicionales:**

- **Ámbito nacional:**
 - Acuse de recibo (PC).
 - PEE 5-Telegráficos (Prueba de Entrega Electrónica): con 5 años de custodia.
 - Certificación de texto y copia certificada con validez legal ante terceros.
 - Certificación de entrega.
 - Aviso de servicio (servicio tasado): devolución de información cuando el usuario requiera aclaraciones referentes al curso de cualquier servicio telegráfico.
- **Ámbito internacional:**
 - Certificación de texto y copia certificada de imposición.
 - Aviso de servicio (servicio tasado internacional).

.../...

.../...

Depósito y acondicionamiento: los documentos pueden presentarse a través de diferentes canales:

- Red de oficinas: exclusivamente en formato papel.
- Oficina virtual (la página web te traslada a la oficina virtual): en formatos PDF y Word.
- Canal masivo: mediante intercambio de ficheros en formatos PDF y Word.
- A través del Fax: solo aquellos clientes autorizados que remiten los documentos a la oficina de Correos desde su propio fax.

Garantías adicionales:

- Por **demora** imputable a Correos: **devolución de la tarifa** abonada. Únicamente puede reclamar el remitente, por tanto, nunca el destinatario.

Productos sustitutivos:

- Telegrama nacional e internacional.
- Carta certificada urgente.
- Paq Premium.
- ~~EMS Postal Exprés Internacional.~~
- Notificación administrativa.

Principales clientes:

- Particulares y empresas.
- Juzgados, compañías de seguros, bancos, etc.

Canales de comercialización:

- Red de oficinas.
- Red de ventas.
- Correos Online.

Argumentario de venta:

- Ningún estamento administrativo ni judicial pone en duda la fehaciencia de lo certificado por Correos en cuanto a la entrega de los Burofax.
- Es posible obtener prueba de entrega electrónica en formato digital firmada electrónicamente, que puede ser almacenada de forma indefinida sin necesidad de archivarla en papel.
- Correos dispone de multicanales para la admisión de este producto.
- El recibo de admisión de Correos tiene plena validez como justificante de la fecha y hora del envío.
- Se certifica el contenido del mensaje y/o documentos enviados, y cualquier otro evento relacionado con la admisión, curso y entrega del envío, que haya sido recogido por el sistema.

12. TELEGRAMA

El servicio de Telegrama posibilita el **envío urgente** de mensajes con **entrega registrada** (bajo firma del destinatario) en el ámbito nacional e internacional, cursados por **medios electrónicos** desde origen hasta el centro de distribución de destino, con **posibilidad de certificar** fehacientemente tanto su entrega como su contenido.



.../...

- **Certificaciones y copias certificadas:** se puede solicitar en el momento de la imposición (copia certificada) o con posterioridad a esta (certificación del contenido). El remitente, el destinatario, los jueces o tribunales pueden disponer de una copia certificada de los mensajes guardados electrónicamente en los sistemas de Correos durante el plazo de custodia contratado en el momento de su imposición (60 o 120 meses).
- **Custodia 120 meses:** el tiempo que permanece almacenado el envío en los sistemas informáticos de Correos a disposición del cliente, para posibilitar la solicitud de certificaciones, se puede ampliar a 120 meses.
- **Aviso de servicio** (servicio tasado AA): se solicita con posterioridad a la expedición de un mensaje Burofax (para el servicio fax no es posible). El expedidor o el destinatario pueden solicitar aclaraciones o pedir noticias sobre las circunstancias de entrega de sus mensajes (que no hayan dado lugar a incidencias) e incluso modificar la dirección de un mensaje.
- **Ámbito internacional:**
 - **Aviso de Servicio** (servicio tasado AA).
 - **Copia certificada.** Solo puede ser solicitada en el momento, y por tanto, no tiene custodia.

Tarifas:

- **Ámbito nacional,** las tarifas se componen de dos partes:
 - Un importe fijo por Burofax, incluida la primera página, cuya cantidad variará, según la modalidad de Burofax elegida, Fax, Burofax Premium, Burofax Premium online.
 - Importe fijo por cada página, la misma cantidad reflejada en tarifas para los diferentes tipos de Burofax.
- **Burofax Premium Plus:** únicamente admisión en oficinas, pago al contado y tarifa como promoción u oferta, en formato pack, con un precio global que incluye:
 - Burofax con la primera hoja incluida en el precio.
 - PEE5 Telegráficos o Prueba de entrega física (antes AR físico), a elegir por el cliente.
 - Copia certificada.
 - 60 meses de custodia.

Abonando, en su caso, un importe fijo por página y otro por la ampliación de la custodia a 120 meses.
- **Burofax Básico Plus:** para clientes con contrato de envíos masivos mediante ficheros, con una tarifa única que incluye:
 - Burofax con la primera hoja incluida en el precio.
 - PEE 5-Telegráficos.
 - Copia certificada.
 - 60 meses de custodia (opcional la ampliación a 120 meses).
- **Ámbito internacional,** también se componen de dos partes:
 - Importe fijo por cada Burofax Premium Internacional incluida la primera página, siendo distinta la cantidad de la tarifa según la zona A o B a la que vaya destinado el Burofax.
 - Importe fijo por cada página, distinta cantidad reflejada en tarifas para las dos zonas definidas.

Los Burofax dirigidos a buques vía INMARSAT abonan una cantidad fija por Burofax, así como un importe fijo por cada página, en estos mensajes no se establecen las dos zonas internacionales.

Los destinatarios de mensajes recibidos en Oficinas Burofax **procedentes de usuarios fax internacionales** abonarán un importe fijo por burofax y el importe fijo por cada página.

.../...

Características del producto:

Ámbito:

- **Nacional:** España y Andorra para las siguientes modalidades:
 - **Burofax Premium y Burofax Premium Plus:** entre oficinas de Correos, con entrega urgente en el domicilio del destinatario, Lista o Apartados.
 - **Fax:** entre oficinas de Correos y terminales de usuarios telefax.
 - **Telefax autorizado:** desde terminales de usuarios autorizados (contrato), con entrega urgente en el domicilio del destinatario, Lista o apartados.
 - **Burofax Premium online:** remitidos desde la página web o desde la oficina virtual, con entrega urgente en el domicilio del destinatario, Lista o apartados.
 - **Burofax Básico Plus:** exclusivo para clientes con contrato, que envían remesas masivas mediante el intercambio de ficheros informáticos remitidos a los servidores de Correos y con devolución de información sobre la entrega.
- **Internacional** para las siguientes modalidades:
 - **Burofax Premium Internacional:** desde oficinas de Correos a las de otra Administración.
 - **Fax:** desde oficinas de Correos a usuarios privados de otros países que dispongan de terminal fax.

Para ambas modalidades se contemplan dos zonas a efectos tarifarios:

- ZONA A: Europa, Turquía, Argelia, Libia, Marruecos y Túnez.
- ZONA B: resto de países que presten el servicio.

Plazos de entrega:

- Burofax Premium, Burofax Premium Plus y Burofax online:
 - Dirigidos a localidades con USE⁴ y admitidos antes de las 13:00 horas, su entrega se realiza el mismo día de su admisión (D+0).
 - Dirigidos a localidades con USE y admitidos después de las 13:00 horas, o remitidos a localidades sin USE, su entrega se realiza al día siguiente hábil de su admisión (D+1).
- Burofax Básico Plus: si se depositan los ficheros informáticos en los servidores de Correos antes de las 21:00 horas, su entrega se realiza al día siguiente hábil (D+1). Esta modalidad se entrega siempre por Unidades de Reparto Ordinario (URO) incluso existiendo en la localidad Unidad de Servicios Especiales (USE) y cuenta con dos intentos de entrega.
- Burofax Premium Internacional: variará según países de destino y Correos no establece un compromiso de plazo de entrega.

Servicios adicionales:

- **Ámbito nacional:**
 - **PEE 5-Telegráficos** (Prueba de entrega electrónica): se solicita en el momento de la expedición y el cliente recibirá la notificación del momento y circunstancia de la entrega, firmada digitalmente, en la dirección e-mail que indicó en el momento de la admisión (no aplicable al Telefax autorizado). Conlleva la custodia durante 5 años de los documentos.
 - **Prueba de entrega física (PEF):** también se solicita en el momento de la admisión, es como el antiguo acuse de recibo y el cliente recibirá en papel la notificación del momento y circunstancia de la entrega del Burofax (no aplicable al Burofax Básico Plus).

.../...

⁴ Se consideran a efectos de cómputo de los plazos de entrega, dirigidos a USE, las 80 poblaciones más importantes del Estado, y siempre exceptuando los meses de julio, agosto y septiembre.



Servicios de Telecomunicaciones

11. FAX Y BUROFAX

Fax: servicio que permite enviar documentos desde las oficinas de Correos a cualquier destino, tanto nacional como internacional, con recepción inmediata en el terminal fax (telefax) del destinatario.

Burofax: envío urgente de mensajes o documentos con entrega registrada (bajo firma del destinatario), cursados por medios electrónicos desde origen hasta el centro de distribución de destino, con posibilidad de certificar fehacientemente tanto su entrega como su contenido. El envío Burofax es de carácter personal y, por ello, solo podrá tener un destinatario. Encontramos diferentes modalidades:

- Burofax Premium.
- Burofax Premium Plus.
- Burofax Premium on line.
- Burofax Básico Plus.
- Telefax autorizado.
- Burofax Premium Internacional.

Nº Envío: NB00032175968 04/07/2016 13:13 (origen: Pae ET)

BUROFAX Premium Plus

EXPEDIDOR

Nº de original enviado certificado
Nº de páginas enviadas no lo

Fecha / hora de admisión / tipo
04/07/2016 / 13:13:55 / SPC

Oficina admisión
Oficina destino

Nº de fax destino null
Nº fax destino null

Nº contrato
Nº cliente
Nº cliente

Annex
Annex

☒ Aviso de envío
☒ Copia certificada

Avisos de recepción

DESTINATARIO / DESTINATARI

En caso de presentarse originales del cliente se deberán consignar los datos: NB (Número Expediente)
En caso de presentar un original del cliente se deberán consignar los datos: NB (Número Expediente)
Correos (SOL) podrá emitir certificaciones de texto de los documentos que queden depositados en las oficinas en el momento de la admisión de los mismos.
Correos (SOL) podrá emitir certificaciones de texto de los documentos que queden depositados a las oficinas en el momento de la admisión.

Confirma

.../...

Tarifas y bonificaciones: varían en función del destino y se han fijado 4 zonas en el régimen tarifario:

- ZONA 1: envíos con origen y destino dentro de la misma provincia.
 - Por destino/mes envíos hasta 10 kg.
 - Por destino/mes envíos de 10 a 20 kg.
- ZONA 2: Península.
 - Por destino/mes envíos hasta 10 kg.
 - Por destino/mes envíos de 10 a 20 kg.
- ZONA 3: Baleares, Ceuta y Melilla.
 - Por destino/mes envíos hasta 1 kg.
 - Cada kilogramo más o fracción.
- ZONA 4: Canarias.
 - Por destino/mes envíos hasta 1 kg.
 - Cada kilogramo más o fracción.

Se establece una tarifa adicional por documento, que será por servicio complementario de clasificación de documentos.

Los envíos con destino Canarias, Ceuta o Melilla estarán exentos de la aplicación de impuestos indirectos.

Formas de pago: pospago, siempre con contrato.

Otros tipos de valijas para uso interno de Correos:

- **Valijas Intrazonales y Centro Directivo:** envío de documentación entre unidades administrativas repartidas por todo el territorio nacional.
 - Precintos:
 - De color azul para las valijas que se envían desde el Centro Directivo.
 - De color verde para las valijas que van dirigidas al Centro Directivo.



- **Valijas para servicios rurales:** encaminamiento de dinero, tarjetas de crédito y toda la documentación generada por la correspondencia certificada, asegurada, reembolsos y giros en entornos rurales.

- Precintos:
 - De color azul para las valijas que se envían desde el centro de reparto u oficina dependiente al servicio rural.
 - De color verde para las valijas que se envían desde los servicios rurales al centro de reparto u oficina dependiente.





Valija del cliente (ENDESA)



Valija del cliente (BBVA)



Características del producto:

- ▮ **Ámbito:** España y Andorra.
- ▮ **Plazos de entrega:** para todo el territorio nacional 1 día hábil. Se entregan en el punto de destino y horario acordado con el cliente.
- ▮ **Embalaje:** envase autorizado:
 - Bolsa con asas para uso modular.
 - Material resistente (plástico, flexible, PVC, nylon, etc.) que incorpore el logotipo del cliente en un sitio visible.
 - Cierre de cremallera que se pueda precintar.
 - Ventana de plástico transparente en el centro del anverso para la etiqueta de origen/destino.
- ▮ **Acondicionamiento:**
 - Precintos:
 - De color **amarillo** para las valijas que se envían desde la central a las delegaciones o sucursales. **IDA**
 - De color **rojo** para las valijas que se envían desde las sucursales o delegaciones a la central. **VUELTA**
 - Previsión de precintos: adquirir uno de cada color por valija y día contratado con una previsión recomendada de 6 meses.



- ▮ **Peso:** hasta 20 kg.
- ▮ **Servicios adicionales:**
 - Servicio diario (laborables).
 - Servicio con o sin periodicidad pactada: ida/vuelta o sólo ida.
 - Clasificación de documentos/bolsas de valijas.

.../...



Tabla resumen de envíos con tratamiento SICER

Producto	1 ^{er} Intento	2 ^o Intento	Pasa a Lista	Depósito en buzón	Observaciones
C1	Sí	No	15 días	No	
C1 con PEE	Sí	No	15 días	No	
C5	Sí	Sí	15 días	No	
TB-2	Sí	Sí	No	No	3 ^{er} intento en oficina bancaria.
NT	Sí	Sí	7 días	No	
NT con PEE	Sí	Sí	7 días	No	
NS	Sí	Sí	7 días	No	AR digitalizado
NR	Sí	Sí	7 días	No	e-AR
ND	Sí	Sí	No	Sí, después de 2 ^o intento	Separar aviso de recibo
NE	Sí	Sí	7 días	Sí, después de declararlo sobrante	Separar aviso de recibo
NE con PEE	Sí	Sí	7 días	Sí, después de declararlo sobrante	Separar aviso de recibo
90...	Sí	Sí	7 días	No	
OB	Sí	No	No	Sí	

10. VALIJAS

Producto que permite la recogida, transporte y entrega urgente, en horarios fijos, de documentos y mercancías bajo contrato. Se presta siempre con contrato personalizado y adaptado a las necesidades y horarios de cada cliente. Especialmente diseñado para el correo interno de las empresas que necesitan intercambiar correspondencia periódica entre un punto y varios destinos nacionales (la central y sus distintas delegaciones).



- 2-7-B ■ **NE:** Notificación Informatizada con Lista y Depósito en buzón. Cuenta con dos intentos de entrega y 7 días naturales en Lista; en caso de no ser recogida en Lista, se separa el Aviso de recibo en la oficina liquidándose como no retirado en oficina y depositado en buzón y el envío retornará a la unidad de reparto para su depósito en el buzón domiciliario, como un envío ordinario más.



En la actualidad, el cliente puede formalizar el contrato con el **servicio adicional de Prueba de Entrega Electrónica** en lugar de con Aviso de recibo; el resto de características son las mismas.

9.3. Envíos ordinarios

- **OB:** cuentan en el anverso con un código de barras que lo identifica y que comienza por OB. Solo se realiza la grabación en SICER de la causa de la devolución. Una vez grabado el evento se centralizan en cada uno de los Centros de Control Provincial de Certificados.

Los envíos OB no se graban en SGIE (Sistema de Gestión Integral de Envíos) ni antes ni después del reparto. La entrega de estos envíos se realiza depositándolos en los casilleros domiciliarios.

Entre los clientes de estos envíos se puede encontrar: Grupo Carrefour, Tesorería General de la Seguridad Social, Dirección General de Tráfico, Makro Autoservicio Mayoristas, Marketing Directo.

- 2-7 ■ **NT:** Notificación Informatizada, con dos intentos de entrega y 7 días naturales en Lista.
Aviso amarillo crema (zonal).
 Cuando el acuerdo tiene ámbito nacional, el Aviso de recibo es de color amarillo, y cuando el ámbito del acuerdo es zonal, el aviso de recibo es de color crema.

En la actualidad, el cliente puede formalizar el contrato con el servicio adicional de Prueba de Entrega Electrónica en lugar de con Aviso de Recibo; el resto de características son las mismas.

- 2-7 ■ **NS:** Notificación Informatizada Digitalizada, con dos intentos de entrega y 7 días naturales en Lista, el Aviso de recibo es digitalizado.
inform.
- 2-7 ■ **NR:** Notificación Informatizada con e-AR, dos intentos de entrega y 7 días naturales en Lista. En las localidades donde haya USE, estas notificaciones son repartidas por esta unidad.
sin aviso adherido.

Se identifican con la leyenda “Notificación con e-AR” y no llevan adherido el Aviso de recibo. El e-AR se imprime en la propia unidad de reparto, bien ordinaria o USE.

e-AVISO DE RECIBO

2 Buzón

- **ND:** Notificación Informatizada sin Lista y Depósito en Buzón, dos intentos de entrega y no pasa a Lista. Al no tener entrega en Lista, se deposita el envío en el buzón domiciliario siempre que el segundo intento de entrega a domicilio resulte fallido, separando en ese momento el Aviso de recibo.



The image shows three forms from BBVA, titled 'CERTIFICADO DOCUMENTO T.8-2'. The top form is a detailed delivery certificate with fields for 'Destinatario', 'Fecha', 'Hora', and 'Relación con el destinatario'. It includes a table for 'Incidentes en la entrega' with options like 'Entrega', 'No entrega', 'Ausente', 'Desconocido', 'Parado', 'Refusado', and 'No entregado'. The middle form is a 'SEGUNDO AVISO INFORMATIVO' (Second Informative Notice) and the bottom form is another 'CERTIFICADO DOCUMENTO T.8-2'.

9.2. Notificaciones informatizadas

2-7
Aviso Azul
Agencia Trib.

- **90.....**: Notificación de la Agencia Tributaria, su código se compone de números y no empieza con ninguna letra. Tienen **dos intentos de entrega y 7 días naturales en Lista**. No se pueden reexpedir ni reenviar.

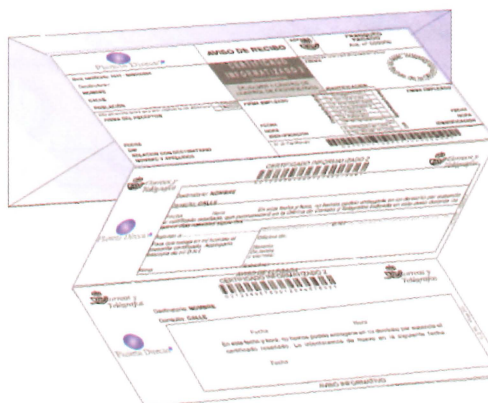
Tiene el **aviso de recibo** impreso en **color azul** en el anverso del propio sobre, cumplimentándose en todos sus epígrafes y debiéndose separar del mismo en el momento de la entrega.

En la parte superior del aviso de recibo figura la fecha límite para la entrega al destinatario. Si se supera esta fecha no se debe realizar el primer intento de entrega devolviéndose a origen con la indicación "Fuera de fecha límite".

Estas notificaciones tienen algunas peculiaridades en su entrega:

- **La Agencia Tributaria no contempla la opción de 07 Nadie se hace cargo** y lo considera como **03 Ausente**.
- Solo se considerará como **04 Desconocido**, en el caso de que se tenga la absoluta certeza de que el destinatario no vive allí, y a pesar de ello, se realizará el segundo intento de entrega.

The image shows a 'Formulario de ACUSE DE RECIBO' (Receipt Form) from the Agencia Tributaria. It includes fields for 'Recepción' (Receipt) and 'Oficina' (Office). There is a section for 'Sello de fechas en entrega o devolución (Oficina o reparto)' (Date stamp on delivery or return (Office or delivery)). The form also contains a barcode and a stamp from 'ESPAÑA FRANQUEO PAGADO' (Spain Postage Paid).



- **TB-2:** Certificado Documento **TB-2**. Certificado empleado por el Banco BBVA para la distribución de tarjetas de crédito y documentos bancarios. Tiene dos intentos de entrega y no pasa a Lista. El primer intento se lleva a cabo el mismo día que el certificado entra en la Unidad de Distribución y el segundo al día siguiente o el siguiente laborable si este fuera festivo. Fallidos los dos intentos de entrega, al día siguiente del segundo, la entrega se realiza en la sucursal del banco BBVA indicada en la documentación de cada envío certificado, a no ser que esta hubiera cerrado definitivamente, en cuyo caso se devolverá a la dirección que figura en el reverso de cada envío.

Este certificado incorpora en su reverso dos Avisos de llegada y un Aviso de recibo especial: 1^{er} Aviso indicando el primer intento de entrega; 2^o Aviso indicando el segundo intento de entrega; 3^{er} Aviso de recibo especial, pegado al reverso del envío, donde figurarán los eventos de la distribución y los datos del destinatario y empleado que lo distribuye. El primer Aviso de llegada está enganchado al segundo aviso y este último al Aviso de recibo especial formando un desplegable.

Se graba únicamente el último intento de entrega que solo podrá ser:

- Clave 01: Entrega a domicilio.
- Clave 16: Entregado a oficina del cliente.
- Clave 17: No entregado a oficina del cliente.



- Simplificación de tareas: la información grabada permite realizar las relaciones automáticamente y el intercambio de estos ficheros con Correos facilitará tanto la admisión de los envíos como la devolución de la información sobre el seguimiento de los envíos.

Los envíos con tratamiento SICER van identificados con un código de barras (code 128) de 23 caracteres según la siguiente estructura:

Posición	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Información	X	X	C	C	C	C	C	C	C	C	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	H

Los dos primeros caracteres alfanuméricos equivalen al producto; los 8 siguientes caracteres numéricos equivalen al código del cliente; los 12 siguientes caracteres numéricos identifican el envío; el último carácter que es alfabético es un código de control.

Actualmente existen los siguientes envíos registrados, notificaciones y envíos ordinarios SICER:

9.1. Envíos registrados

- **C1:** Certificado informatizado 1-15. Certificado con un intento de entrega a domicilio; si el intento resultase fallido pasará a Lista donde permanecerá 15 días naturales a disposición del destinatario.



Hay clientes que el contrato lo formalizan con el servicio adicional de Prueba de Entrega Electrónica en lugar de con Aviso de recibo.

- **C5:** Certificado informatizado 2-15. Certificado con dos intentos de entrega a domicilio; en caso de que estos resultasen fallidos, permanecerá 15 días naturales en Lista a disposición del destinatario.

Todos estos envíos constan en hoja plegada de Aviso de recibo, Aviso de llegada y Aviso informativo.

.../...

- Franqueo electrónico mediante Correos online.
- Franqueo a máquina.
- Franqueo pago diferido:
 - Franqueo pagado.

\\ **Opciones:** con contrato y sin contrato.

\\ **Producto sustitutivo:** Buofax/Buofax on line.

\\ **Canales de comercialización:**

- Red de oficinas.
- Red de ventas.

\\ **Argumentario de venta:**

- Correos ofrece este producto específico para organismos oficiales, ajustándose a los requisitos legales, con plena validez jurídica.
- Estos envíos están controlados y registrados en todo el circuito, con las mismas garantías de un certificado.
- Correos es el operador autorizado para dar prueba fehaciente de la entrega de sus comunicaciones administrativas o judiciales.
- Correos pone a su disposición servicios adicionales a este producto, completándolo de esta forma con la información necesaria para una gestión integral de la entrega.
- Correos pone a disposición del cliente una serie de opciones con Acuerdos especiales que personalizarán la entrega a sus necesidades.

9. ENVÍOS CON TRATAMIENTO SICER

Las entidades o instituciones que remitan remesas masivas de certificados y notificaciones -también existe una opción para envíos ordinarios- y que precisen soluciones sencillas de presentación de los envíos, condiciones de entrega personalizadas e información electrónica de retorno, disponen de las ventajas que ofrece la utilización del Sistema de Información y Control de Envíos Registrados (SICER).

Los envíos con tratamiento SICER obtendrán:

- Respuestas más rápidas.
- Mejora en la calidad de la información recibida.
- Homogeneidad de la información.
- Mayor capacidad para resolver los problemas.

Los clientes que se acojan a tratamiento SICER presentarán sus envíos en Centros de Admisión Masiva y recibirán la información de sus envíos a través del intercambio de ficheros telemáticos. Las ventajas de este retorno de información son:

- Mayor capacidad y agilidad de gestión de los expedientes administrativos.
- Identificación y seguimiento de los procesos de distribución y entrega de certificados y notificaciones.
- Obtención de informes sobre el resultado de las remesas presentadas, resultados e incidencias.
- Control de calidad del servicio: el cliente puede conocer el tiempo de entrega y devolución de los envíos.



.../...

Dimensiones:

- **Máximas:**
 - Sobre/Caja $L+A+A = 90$ cm, sin que la mayor exceda de 60 cm.
 - Rollo $L+2 D = 104$ cm, sin que la mayor exceda de 90 cm.
- **Mínimas:**
 - Sobre/Caja: 14×9 cm.
 - Rollo: $L + 2 D = 17$ cm, sin que la mayor sea inferior a 10 cm.
 - Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deben llevar una etiqueta de 10×7 cm en la que figure la dirección y franqueo.

Servicios adicionales:

- Gestión de entrega de notificaciones (se crea para dar cumplimiento a lo estipulado en la Ley 39/2015, sobre la entrega de notificaciones en dos turnos distintos).
- Aviso de recibo.
- e-AR (clientes con contrato).
- **Prueba de entrega electrónica (PEE):** se articula en tres modalidades con tarifa diferenciada según el plazo de custodia elegida:
 - PEE 5 Postal (5 años de custodia).
 - PEE 10 Postal (10 años).
 - PEE 15 Postal (15 años).
- Petición de devolución, modificación o corrección de dirección.
- Recogida a domicilio (con contrato).
- Identificación de Notificaciones, en Correos online, de forma gratuita, que permite imprimir desde el ordenador etiquetas y sobres con el código de barras de notificación y las relaciones de los envíos para su depósito e incluso pagar su franqueo online.

Valores añadidos opcionales con acuerdos especiales: los clientes solicitan y acuerdan servicios adicionales muy variados en función de sus necesidades administrativas o judiciales. Entre otros, podemos encontrar:

- Nota de cortesía.
- Retorno de información.
- Servicio complementario de clasificación de documentos devueltos.
- Tercera entrega ordinaria.
- Tercera entrega urgente.
- Digitalización de documentos: la digitalización de los AR con retorno de la información es una prueba de entrega electrónica que no requiere soporte físico. Correos una vez realizada la entrega, digitaliza la imagen y la devuelve por vía electrónica al remitente.
- Envío de SMS al notificado.

Formas de pago:

- En el momento: pago en metálico, tarjeta crédito o débito, Tarjeta Más Cerca, transferencia bancaria e ingreso en cuenta:
 - Sellos.
 - Estampillas.
 - Franqueo Pagado en oficina.
 - Máquina de Franquear de oficina.

.../...

- Las notificaciones judiciales realizarán el segundo intento de entrega dentro de los tres días siguientes al primer intento y con una diferencia horaria de 60 minutos.
- Las notificaciones administrativas se han modificado por la Ley 39/2015, vigente desde el 2 de octubre de 2016, y que en su artículo 42.2 recoge textualmente: “cuando la notificación se practique en el domicilio del destinatario (interesado), de no hallarse presente éste en el momento de entregarse la notificación, podrá hacerse cargo de la misma cualquier persona mayor de 14 años que se encuentre en el domicilio y haga constar su identidad. Si nadie se hiciera cargo de la notificación, se hará constar esta circunstancia en el expediente, junto con el día y la hora en que se intentó la notificación, intento que se repetirá por una sola vez y en una hora distinta dentro de los tres días siguientes. En caso de que el primer intento se haya realizado antes de las 15 horas, el segundo intento deberá realizarse después de las 15 horas y viceversa, dejando en todo caso al menos un margen de diferencia de tres horas entre ambos intentos de notificación”.



Características del producto:

Ámbito

- Nacional: exclusivamente España.

Plazos:

- Local: 1 día hábil.
- Provincial: 2 días hábiles.
- Nacional: 3 días hábiles.
- En caso de envíos masivos, los compromisos se fijarán con el cliente.

Embalaje: ha de garantizar la integridad del contenido y, además:

- Requiere que en el envío conste la palabra “NOTIFICACIÓN” y, debajo de ella y en caracteres de menor tamaño, el acto a que se refiera (citación, requerimiento, resolución) y la indicación “Expediente núm...” o cualquier otra expresión que identifique el acto a notificar. Además, figurará el número de certificado y el nombre del órgano remitente y su dirección (art. 40 Reglamento Postal).
- Si se trata de una notificación con Acuerdos especiales circulará, necesariamente, informatizada y figurará en el anverso del sobre y en el Aviso de recibo “NOTIFICACIÓN INFORMATIZADA” con un código de barras con número alfanumérico, estructura SICER. Todos los envíos van acompañados del modelo normalizado de Aviso de recibo (salvo las que lleven e-Ar). Más adelante se detallan los diferentes tipos de acuerdos especiales de notificaciones que existen en la actualidad.

Peso: máximo unitario hasta 2 kg.

.../...



7.3. Prepagados certificados

No necesitan franqueo ni cumplimentar el impreso de admisión. Circulan como correo preferente y máximas garantías al tratarse de cartas certificadas. Su valor se revaloriza ajustándose a las tarifas en vigor cada año. Realizados en papel resistente y recubiertos en el interior con plástico.

Los modelos de Prepagados certificados son:

- **Sobre acolchado pequeño certificado:** 220 x 265 mm (hasta 200 g).
- **Sobre acolchado grande certificado:** 300 x 445 mm (hasta 500 g). Realizados en papel resistente y recubiertos en el interior con plástico de burbujas.
- **Sobre semirrígido pequeño certificado:** 170 x 245 mm (hasta 200 g).
- **Sobre semirrígido grande certificado:** 310 x 445 mm (hasta 500 g). Especialmente indicados para enviar documentos que no deben doblarse en el transcurso, transporte y distribución. Fabricados con papel y cartón rígido de gran calidad.
- **Caja prepagada pequeña certificada:** fácil de montar, no necesita franqueo ni cumplimentar el impreso de admisión, realizadas en cartón de alta resistencia a los impactos y con cierre de seguridad, 230 x 140 x 80 mm (hasta 1 kg de peso).



Características del producto:

- \\ **Ámbito:**
 - Nacional: España y Andorra.
- \\ **Garantías adicionales:** la misma indemnización que una Carta certificada nacional, una cantidad fija de 30 euros en caso de pérdida o extravío (en el caso de que el envío circulara con algún otro servicio adicional, previo abono por el cliente de la cantidad correspondiente, la indemnización será la correspondiente al servicio adicional que incorpore).
- \\ **Tarifas y bonificaciones:** las establecidas para estos productos.
- \\ **Sistema de franqueo:** prepagado.

8. NOTIFICACIÓN

Servicio establecido para entidades administrativas y judiciales que requieren la prueba fehaciente de la entrega de sus comunicaciones de carácter legal, cumpliendo todos los requisitos de la Ley de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (Ley 39/2015, de 1 de octubre).

Las notificaciones tienen dos intentos de entrega a domicilio en hora distinta y si no se ha podido realizar la entrega, permanecerán 7 días naturales en Lista. Hay que distinguir entre notificaciones judiciales y notificaciones administrativas, en cuanto al concepto de hora distinta:

7. PREFRANQUEADOS Y PREPAGADOS

7.1. Sobres prefranqueados

Producto para el envío de cartas hasta **20 gramos** o hasta **100 gramos**, según modelo, a todo el territorio nacional, con entrega a domicilio. **No** tienen **caducidad** porque sus signos de franqueo carecen de valor facial. Al incluir en el sobre el sello (**con especificación de zona, no de importe**), sólo hay que escribir las direcciones del destinatario y remitente para cursar el envío.



Fabricados en papel de alta calidad incorporan sistema abre fácil. Se pueden depositar directamente en buzón.

Modelos de prefranqueados:

- **Sobre americano:** 110 x 225 mm (hasta 20 g).
- **Sobre americano con ventana:** 110 x 225 mm (hasta 20 g).
- ✚ ■ **Sobre cuadrado:** 120 x 176 mm (hasta 20 g).
- **DIN A5:** 190 x 250 mm (hasta 100 g).

Características del producto:

- \\ **Ámbito:** nacional e internacional.
- \\ **Tarifas y bonificaciones:** las establecidas para estos productos.
- \\ **Prestaciones de valor añadido:**
 - Aunque el producto está dirigido al **servicio ordinario** y al ámbito nacional, **se podrán admitir envíos** de todas las clases y modalidades del producto carta, previo abono por el cliente de la tarifa complementaria correspondiente a la clase o modalidad solicitada tanto en el ámbito nacional como internacional.
- \\ **Sistema de franqueo:** prepago.
- \\ **Garantías adicionales:** las correspondientes a los valores añadidos que incorpore.

7.2. Tarjetas postales prefranqueadas

Circulan exclusivamente con **carácter ordinario**. Llevan el franqueo impreso. El signo de franqueo no incluye valor facial, sólo la indicación de:

- **Tarifa A** (franqueo nacional normalizado).
- **Tarifa A2** (franqueo nacional no normalizado de menos de 20 g, y de 20 a 50 g).
- **Tarifa B** (franqueo internacional para Europa, incluida Groenlandia -Zona 1-).
- **Tarifa C** (franqueo internacional para resto del mundo -Zona 2-).

Su validez, por tanto, es permanente, cualquiera que sea la evolución posterior de la tarifa para este tipo de envíos.



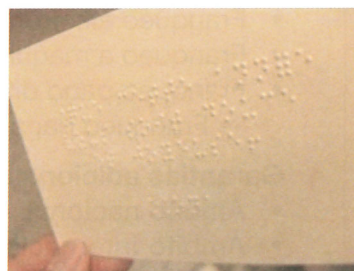
.../...

Argumentario de venta:

- Con este producto, el cliente dispone de la máxima urgencia sin renunciar a la seguridad de sus envíos.
- Los envíos se registran y controlan en todo el circuito.
- Se entrega el envío a domicilio, bajo firma del destinatario, y en caso de ausencia o imposibilidad de la entrega, Correos dejará un aviso al destinatario, para que lo retire de la oficina más cercana a su domicilio, donde lo tendrá a su disposición durante un plazo de 15 días naturales.
- Con posibilidad de obtener información sobre la entrega, a través de la página web de Correos o del teléfono de Atención al cliente 902 197 197.
- Total accesibilidad: el cliente podrá efectuar sus envíos desde cualquiera de las más de 1.900 oficinas de Correos distribuidas por toda España.
- Correos cuenta con una red de servicios especiales para el tratamiento y distribución de este producto.

6. CECOGRAMA

Producto que permite el envío de cartas cecográficas abiertas y los clips con signos de cecografía. Lo mismo regirá para los envíos internacionales que contengan grabaciones sonoras y papel especial destinado únicamente para uso de invidentes, siempre que se expidan por un instituto de ciegos oficialmente reconocido o que estén dirigidos a un instituto similar.



Características del producto:

- ▮ **Ámbito:** nacional e internacional.
- ▮ **Embalaje:** deben ir acondicionados de forma que su contenido esté suficientemente protegido, sin entorpecer por ello una verificación rápida y fácil del mismo.
- ▮ **Peso:** hasta 7 kg.
- ▮ **Dimensiones:**
 - **Máximas:**
 - Sobre: $L+A+A = 90$ cm, sin que la mayor exceda de 60 cm.
 - Rollo: $L+2D = 104$ cm, sin que la mayor exceda de 90 cm.
 - **Mínimas:**
 - Sobre: 14 x 9 cm.
 - Rollo: $L+2D = 17$ cm, sin que la mayor sea inferior a 10 cm.
- ▮ **Tarifas y bonificaciones:** circulan con carácter ordinario tanto en el ámbito nacional como en el internacional y exentos de franqueo (artículo 34.3 de la Ley Postal 43/2010).
- ▮ **Principales clientes:** organizaciones e instituciones de ciegos son los únicos clientes.

.../...

Tarifas y bonificaciones: las establecidas para estos productos con los siguientes tramos de peso tanto en el ámbito nacional como en las dos zonas del ámbito internacional:

6

- Hasta 20 g normalizadas.
- Más de 20 hasta 50 g (incluye hasta 20 g sin normalizar).
- Más de 50 g hasta 100 g.
- Más de 100 g hasta 500 g.
- Más de 500 g hasta 1.000 g.
- Más de 1.000 g hasta 2.000 g.

Las cartas destinadas a Canarias, Ceuta, Melilla o Andorra estarán exentas de la aplicación de impuestos indirectos, así como las dirigidas a países fuera de la Unión Europea.

2

Formas de pago:

- En el momento: pago en metálico, tarjeta crédito o débito, Tarjeta Más Cerca, transferencia bancaria e ingreso en cuenta:
 - Sellos.
 - Estampillas.
 - Franqueo Pagado en oficina.
 - Máquina de Franquear de oficina.
- Franqueo electrónico sólo mediante Correos Online.
- Franqueo a máquina.
- Franqueo pago diferido:
 - Franqueo pagado.

Garantías adicionales:

- **Ámbito nacional:** indemnización fija de 30 euros en caso de pérdida o extravío.
- **Ámbito internacional:** devolución de la tarifa abonada ordinaria urgente (no incluye certificado ni seguro) más la cantidad fija de 30 DEG.

Productos sustitutivos:

- Carta certificada nacional.
- Burofax/Burofax online.
- Paq Premium.
- Postal Exprés internacional.

Canales de comercialización:

- Red de oficinas.
- Red de ventas.
- Correos Online.

Principales clientes:

- Particulares.
- Intermediarios postales.
- Marketing directo.
- Profesionales. Pymes.
- Instituciones públicas y privadas.
- Sectores de banca, comunicaciones, distribución, seguros y servicios ópticos.

.../...



Características del producto:

Ámbito:

- **Nacional:** España y Andorra.
- **Internacional:** sólo países de cada zona que presten este servicio:
 - ZONA 1: Europa incluida Groenlandia.
 - ZONA 2: resto de países.

Plazos:

- **Nacional:** entrega, en todo el territorio nacional, del 90% de los envíos en 1 día hábil (envíos que tengan como origen y destino grandes poblaciones y depositados antes de las 16:00 horas en oficinas con turno de tarde, o 14:30 horas en oficinas con horario sólo de mañana).
- **Internacional:**
 - **Europa:** el plazo de entrega será de entre 1 y 3 días hábiles.
 - **Resto** de destinos: el plazo de entrega **variará** según el país.

Peso: hasta 2 kg.

Embalaje: en forma de sobre, caja, tubo o rollo que garantice la integridad del contenido. Correos pone a disposición de sus clientes en sus oficinas varios modelos de sobres (papel, acolchados, semirrígido, prepagados, prefranqueados) y embalajes para el adecuado acondicionamiento de los envíos.

Dimensiones:

- **Máximas:**
 - Sobre/Caja: $L+A+A = 90$ cm, sin que la mayor exceda de 60 cm.
 - Tubo/Rollo: $L+2D = 104$ cm, sin que la mayor exceda de 90 cm.
- **Mínimas:**
 - Sobre/Caja: 14×9 cm.
 - Tubo/Rollo: $L+2D = 17$ cm, sin que la mayor sea inferior a 10 cm.
 - Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta anexa de 10×7 cm en la que figure la dirección y el franqueo.

Servicios adicionales:

- En el ámbito nacional:
 - **Valor declarado** (3.000 euros máximo por asegurar)³.
 - **Aviso de recibo**.
 - e-AR electrónico (con contrato).
 - Prueba de entrega electrónica: PEE5 Postal (5 años de custodia).
 - Recogida a domicilio (con contrato).
 - Petición de devolución, modificación o corrección de la dirección.
 - Identificación de certificados online.
 - Gestión del DUA por parte de Correos.
- En el ámbito internacional (según país):
 - Aviso de recibo.
 - Petición de devolución o modificación de dirección.
 - Petición de reexpedición.
 - Entrega en propia mano.
 - Recogida a domicilio (con contrato).
 - Gestión del DUA por parte de Correos.

.../...

³ Cada vez más, podemos encontrar escrito como servicio adicional de la carta certificada urgente el seguro y no el valor declarado, pero la finalidad es la misma, asegurar el envío en caso de pérdida o deterioro, por la cantidad que el cliente determine.

.../...

- Franqueo a máquina.
- Franqueo pago diferido:
 - Franqueo pagado.
- Franqueo electrónico (Correos Online).

Principales clientes:

- Particulares.
- Intermediarios postales.
- Marketing directo.
- Profesionales/PYMES.
- Instituciones públicas y privadas.
- Sectores de banca, comunicaciones, distribución, seguros y servicios ópticos.

Productos sustitutivos:

- Paquete Light.

Canales de comercialización:

- Red de oficinas.
- Red de ventas.
- Correos Online.

Argumentario de venta:

- Correos dispone de total cobertura nacional y conexión con las redes postales urgente de todos los países donde se presta este servicio.
- Correos dispone de una red urgente exclusiva.
- Entrega a domicilio de los envíos nacionales en 1 día hábil y de los envíos para Europa en 3 días hábiles (plazo medio indicativo).
- Con posibilidad de obtener información sobre la entrega a través de la página web de Correos o del teléfono de Atención al cliente 902 197 197.
- Para envíos internacionales, las tarifas postales de España son las más económicas de Europa.
- Fácil accesibilidad a la red postal, desde cualquier punto.
- Posibilidad de gestión integral de todo el correo (ensobrado, clasificado, impresión, distribución...).

5. CARTA CERTIFICADA URGENTE

Producto que permite enviar con carácter urgente documentos y/o mercancías especialmente importantes para el cliente, para su entrega en un plazo mínimo, entre uno y dos días en todo el país, con todas las garantías y opciones de la carta certificada.





.../...

— Mínimas:

- Sobre/Caja: 14 x 9 cm.
- Tubo/Rollo: $L+2D = 17$ cm, sin que la mayor sea inferior a 10 cm.
- Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta anexa de 10 x 7 cm en la que figuren la dirección y el franqueo.

• **Internacionales:** carta.

— Máximas:

- Sobre/Caja $L+A+A = 90$ cm, sin que la mayor exceda de 60 cm.
- Tubo/Rollo $L+2D = 104$ cm, sin que la mayor exceda de 90 cm.

— Mínimas:

- Sobre/Caja 14 x 9 cm.
- Tubo/Rollo $L+2D = 17$ cm, sin que la mayor sea inferior a 10 cm.
- Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta anexa de 10 x 7 cm en la que figure la dirección y el franqueo.

2 **Servicios adicionales:**

• **Ámbito nacional:**

- Petición de devolución, modificación o corrección de la dirección por parte del remitente.
- Recogida a domicilio (con contrato).

• **Ámbito internacional:**

- Petición de reexpedición según país.
- Petición de devolución o modificación de dirección.
- Recogida a domicilio (con contrato).

1 **Tarifas y bonificaciones:** las establecidas para estos productos:

- Los tramos de peso establecidos para el **ámbito nacional** son:
 - Hasta 20 g normalizadas.
 - 4 — Más de 20 hasta 50 g (incluye hasta 20 g sin normalizar).
 - Más de 50 g hasta 100 g.
 - Más de 100 g hasta 500 g.
- Los tramos de peso de las **cartas urgentes internacionales**, para cada uno de sus dos ámbitos son:
 - Hasta 20 g normalizadas.
 - 6 — Más de 20 hasta 50 g (incluye hasta 20 g sin normalizar).
 - Más de 50 g hasta 100 g.
 - Más de 100 g hasta 500 g.
 - Más de 500 g hasta 1.000 g.
 - Más de 1.000 g hasta 2.000 g.
- Las destinadas a Canarias, Ceuta, Melilla o Andorra estarán exentas de la aplicación de impuestos indirectos, así como los envíos con destino a países fuera de la Unión Europea.

2 **Formas de pago:**

- En el momento: pago en metálico, tarjeta crédito o débito, Tarjeta Más Cerca, transferencia bancaria e ingreso en cuenta:
 - Sellos.
 - Estampillas.
 - Franqueo Pagado en oficina.
 - Máquina de Franquear de oficina.

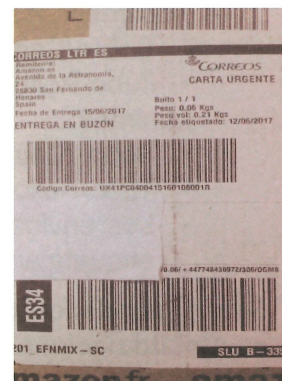
.../...

.../...

- \\ **Garantías adicionales:** en el caso de tarjeta postal certificada, su pérdida o extravío supondrá una indemnización por una cantidad fija (30 euros en el ámbito nacional) y devolución de tarifa ordinaria más 30 DEG en el ámbito internacional.

4. CARTA URGENTE

Producto que permite enviar con carácter urgente documentos/mercancías como un envío cerrado cuyo contenido no se indique ni pueda conocerse, así como documentos o comunicaciones escritas que, aunque no estén al descubierto, tienen carácter actual y personal. Tiene seguimiento informatizado.



Características del producto:

\\ **Ámbito:**

- **Nacional:** España y Andorra.
- **Internacional:** sólo a los países de cada zona que presten este servicio:
 - Zona 1: Europa incluida Groenlandia.
 - Zona 2: resto de países.

\\ **Plazos de entrega:**

- **Nacional:** 1 día hábil, para correo depositado antes de las 16.00 horas en oficinas con turno de tarde, o 14.30 horas en oficinas con solo horario de mañana, y siempre que tengan como origen y destino grandes poblaciones.
- **Internacional:**
 - **Europa:** el plazo de entrega será de 1 a 3 días hábiles aproximadamente, plazo medio que puede variar según origen y destino, así como según la red logística urgente del país de destino.
 - **Resto de destinos:** el plazo de entrega variará según el país.

- \\ **Embalaje:** en forma de sobre/caja/tubo o rollo que garantice la integridad del contenido. Correos pone a disposición de sus clientes en sus oficinas varios modelos de sobres (papel, acolchados, semirrígidos, prepagados, prefranqueados y embalajes) para el adecuado acondicionamiento de los envíos.

\\ **Peso:**

- **Nacionales:** hasta 500 g.
- **Internacionales:** hasta 2 kg.

\\ **Dimensiones:**

- **Nacionales:**
 - **Máximas:** recomendable las dimensiones de las cartas normalizadas para poder ser introducidas en el buzón domiciliario, 23,5 x 12 cm con un espesor máximo de 10 mm (grosor).

.../...



Características del producto:

Ámbito:

- **Nacional:** España y Andorra.
- **Internacional:**
 - ZONA 1: Europa incluida Groenlandia.
 - ZONA 2: resto de países.

Plazos:

- **Nacional:**
 - Local: 1 día hábil.
 - Provincial: 2 días hábiles.
 - Nacional: 3 días hábiles.
- **Internacional:**
 - Europa de 2 a 4 días hábiles (según origen/destino).
 - Resto destinos: según país.

Acondicionamiento: cartulinas consistentes.

Peso: hasta 20 g.

Dimensiones:

- **Máximas:** largo 23,5 cm x 12 cm de ancho.
- **Mínimas:** largo 14 cm x 9 cm de ancho.
- **Espesor:** 5 mm.
- No acepta formato rollo ya que sus dimensiones son las mismas que los envíos normalizados.

Servicios adicionales:

- **Ámbito nacional:**
 - Petición de devolución, modificación o corrección de dirección.
 - Recogida a domicilio (solo clientes con contrato).
 - Gestión de devoluciones (solo clientes con contrato).
- **Ámbito internacional:** *- Rec (con contrato) -*
 - Petición de reexpedición por el remitente (según país).
 - Petición del remitente de devolución o modificación de dirección.
- Aunque generalmente no los incorpora, puede admitir en el ámbito nacional e internacional:
 - Certificado.
 - Aviso de recibo.
 - Reembolso.

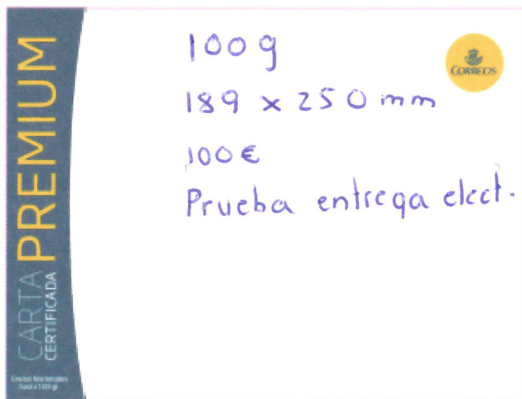
Tarifas y bonificaciones: las establecidas para estos productos, con posibilidad de bonificación según acuerdos.

Formas de pago:

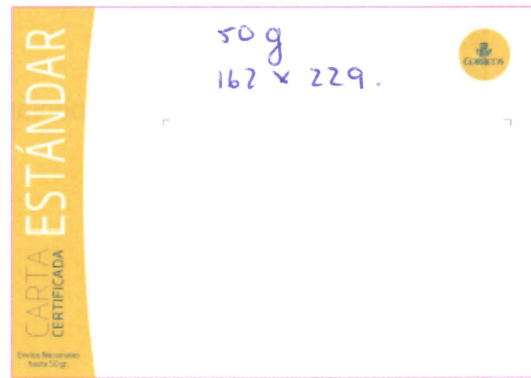
- En el momento: pago en metálico, tarjeta crédito o débito, Tarjeta Más Cerca, transferencia bancaria e ingreso en cuenta:
 - Sellos.
 - Estampillas.
 - Franqueo Pagado en oficina.
 - Máquina de Franquear de oficina.
- Máquinas de franquear.
- Franqueo de Pago diferido:
 - Franqueo Pagado.
- Franqueo electrónico (Correos Online).

.../...

Carta Certificada Premium

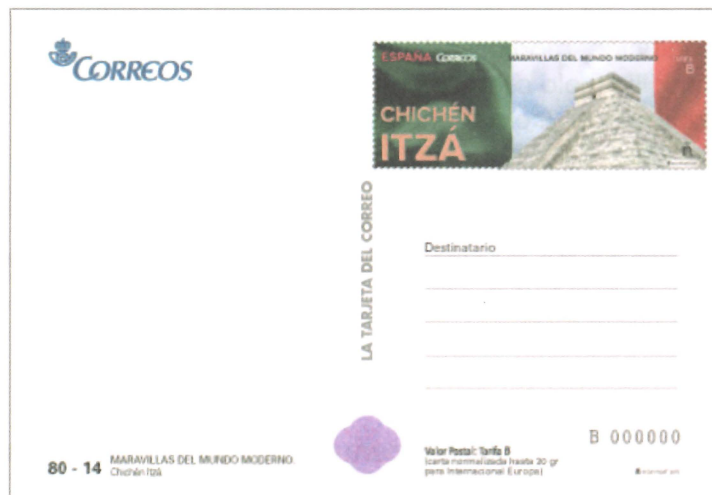


Carta Certificada Estándar



3. TARJETA POSTAL

Toda pieza rectangular de cartulina consistente o material similar, lleve o no el título de Tarjeta postal, que circule al descubierto y que contenga un mensaje de carácter actual y personal. La indicación del término "Tarjeta postal" en los envíos individuales implica automáticamente esta clasificación postal, aunque el objeto correspondiente carezca de texto actual y personal. Se ha de reservar la mitad derecha del anverso para consignar los datos del destinatario.





.../...

- Se pueden añadir una serie de servicios adicionales que adecuarán la carta certificada a las necesidades del cliente: Aviso de recibo (que confirmará la entrega del envío), Valor declarado (para los envíos de valor), Reembolso (permitirá cobrar una venta a distancia) y Recogida a domicilio (para facilitar el depósito de los envíos).
- Se entrega a domicilio, bajo firma del destinatario. En caso de ausencia o imposibilidad de la entrega, Correos dejará un aviso al destinatario para que pueda retirarlo de la oficina indicada en un plazo de 15 días naturales, donde permanecerá a disposición del cliente.
- Correos cuenta con la mayor red de distribución formada por más de 30.000 profesionales.
- Con posibilidad de obtener información sobre la entrega, a través de la página web de Correos o del teléfono de Atención al cliente 902 197 197.

Principales clientes:

- Particulares.
- Profesionales.
- Pymes.
- Instituciones públicas y privadas.
- Sectores de banca, distribución, seguros...

2.1. Carta certificada Tarifa plana

Se trata de dos nuevos servicios, para los que el cliente no tendrá que rellenar ningún impreso de admisión y podrá beneficiarse de las ventajas propias de la tarifa plana, al tener a su disposición una opción paquetizada a un precio fijo, conocido de antemano y extremadamente competitivo.

Estos dos nuevos servicios son cartas certificadas que acompañan un sobre por el mismo precio y, en el caso de la opción Premium, una serie de valores añadidos a un precio muy ventajoso para el cliente.

Nacional.

Los dos modelos de tarifa plana de Carta certificada son: la Carta certificada estándar y la Carta certificada premium. Sus características son:

■ Carta certificada estándar:

- Carta Certificada hasta 50 g.
- Sobre de 162 x 229 mm.

■ Carta certificada premium: + Valor

- Carta certificada hasta 100 g.
- Sobre de 189 x 250 mm.
- Seguro de 100 euros.
- Prueba de Entrega Electrónica.

.../...

Garantías:

- Por pérdida o extravío:
 - Una indemnización fija de 30 euros en el ámbito nacional.
 - La devolución de la tarifa abonada ordinaria más 30 DEG² en el ámbito internacional.
- Si el envío circula con valor declarado:
 - En caso de pérdida total: indemnización por la cantidad total declarada.
 - En caso de pérdida parcial o deterioro: indemnización por la parte proporcional faltante o deteriorada.
- Si se trata de un reembolso:
 - Si la pérdida se produce antes de la entrega del envío a su destinatario: misma indemnización que para el certificado (30 euros).
 - Si el envío ha sido ya entregado: el importe del giro.

Formas de pago:

- En el momento: pago en metálico, tarjeta crédito o débito, Tarjeta Más Cerca, transferencia bancaria e ingreso en cuenta:
 - Sellos.
 - Estampillas.
 - Franqueo pagado en oficina.
 - Máquina de franquear de oficina.
- Prepago:
 - Sobres Prepagados y Prefranqueados.
 - Caja pequeña prepagada.
- Franqueo electrónico mediante Correos Online.
- Franqueo a máquina.
- Franqueo pago diferido:
 - Franqueo pagado.

Productos sustitutivos:

- Carta certificada urgente.
- Burofax/Burofax online.
- Telegrama.

Canales de comercialización:

- Red de oficinas.
- Red de ventas.
- Correos Online.
- Entidades colaboradoras.

Argumentario de ventas:

- Correos pone a disposición de los clientes una Red logística que permite registrar y controlar en todo el circuito los envíos de documentos más importantes de los clientes con destino a España o al extranjero. La admisión se realiza desde cualquiera de las más de 1.900 oficinas de Correos.
- Se dispone de herramientas útiles para que el cliente prepare sus cartas certificadas a través de www.correos.es (Correos Online) y llevarlas a la oficina de Correos perfectamente cumplimentadas evitando esperas innecesarias.

.../...

² El DEG es un activo creado por el Fondo Monetario Internacional en 1969 para complementar las reservas oficiales de sus países miembros. Su valor está basado en una cesta de cinco monedas: Dólar de EEUU, Euro, Yen japonés, Libra esterlina y Renminbi chino (RMB). En España, la equivalencia para el año 2017 es de 1 DEG = 1,2453 euros.

1,2453 €



.../...

- Prueba de entrega electrónica: **PEE5 Postal** (5 años de custodia).
- **Reembolso:** hasta 1.000 euros.
- Gestión del **DUA** por parte de Correos tanto de exportación como de importación.
- Certificaciones.
- Recogida a domicilio (con contrato).
- Petición de devolución, modificación o corrección de dirección por parte del remitente.
- **Trazabilidad:** posibilidad de consultar en la web de Correos información sobre la entrega del envío, mediante el número de certificado.
- **Identificación de certificados:** servicio a través de la página web de Correos gratuito, que permite preparar la documentación necesaria del envío desde el ordenador, imprimiendo las etiquetas o sobres con los códigos de certificados, así como la relación de los envíos para su depósito en la oficina de Correos, e incluso pagar on line el franqueo de los mismos.
- **Ámbito internacional:**
 - Aviso de recibo (modelo **CN 07**, según países).
 - Valor declarado (según país).
 - Reembolso (según país).
 - Gestión del DUA por parte de Correos tanto de exportación como de importación.
 - Entrega en propia mano (según país).
 - Petición del remitente de reexpedición.
 - Petición del remitente de devolución o modificación de dirección.
 - Recogida a domicilio (con contrato).
- **Servicios adicionales para clientes con acuerdos especiales:** los clientes solicitan y acuerdan servicios adicionales muy variados en función de sus necesidades comerciales. Entre otros, podemos encontrar:
 - Retorno de información.
 - Gestión de entrega.
 - e-AR.
 - Segundo intento de entrega urgente.
 - Tercera entrega ordinaria.
 - Tercera entrega urgente.

Tarifas y bonificaciones: las establecidas para estos productos, con posibilidad de bonificación según acuerdos. Se establecen los siguientes tramos de peso tanto en el ámbito nacional como en las dos zonas internacionales:

- Hasta 20 g normalizadas.
- Más de 20 hasta 50 g (incluye hasta 20 g sin normalizar).
- Más de 50 g hasta 100 g.
- Más de 100 g hasta 500 g.
- Más de 500 g hasta 1.000 g.
- Más de 1.000 g hasta 2.000 g.

A las cartas certificadas, tanto nacionales como internacionales, se les suma a la tarifa ordinaria el derecho de certificado.

.../...

Características del producto:

Ámbito:

- **Nacional:** España y Andorra.
- **Internacional:**
 - ZONA 1: Europa incluida Groenlandia.
 - ZONA 2: resto de países.

Plazos de entrega:

promedio según origen/destino, para envíos depositados antes de las 16:00 horas en oficinas con turno de tarde o 14:30 horas en oficinas con horario sólo de mañana:

- **Nacional:** 93% de los envíos en 3 días hábiles:
 - Local: 1 día hábil.
 - Provincial: 2 días hábiles.
 - Nacional: 3 días hábiles.
- **Internacional:**
 - Europa: de 2 a 4 días hábiles, plazo medio, puede variar según origen y destino.
 - Resto de destinos (según país).

Embalaje:

en cualquier envase que garantice la integridad del contenido y permita la inclusión de los datos de remitente y destinatario, así como las etiquetas de código de barras correspondientes al producto en su admisión. Correos pone a disposición de sus clientes en sus oficinas varios modelos de sobres (papel, acolchados, semirrígidos) y embalajes para el adecuado acondicionamiento de los envíos.

- Los sobres no pueden ir cerrados con cinta adhesiva ni presentar señales de haber sido abiertos y vueltos a cerrar.
- Los datos del remitente y destinatario no pueden ir escritos a lápiz.
- Los datos del remitente son obligatorios salvo en los certificados dirigidos a concursos literarios, en estos casos los datos del remitente figuran en el impreso de admisión M11A.

Peso:

hasta 2 kg.

Dimensiones:

- **Máximas:**
 - Sobre/Caja $L + A + A = 90$ cm, sin que la mayor exceda de 60 cm.
 - Rollo $L + 2 D = 104$ cm sin que la mayor exceda de 90 cm.
- **Mínimas:**
 - Sobre/Caja: 14×9 cm.
 - Rollo: $L + 2 D = 17$ cm, sin que la mayor sea inferior a 10 cm.
 - Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deberán llevar una etiqueta anexa de 10×7 cm en la que figure la dirección y el franqueo.

Opciones:

con contrato y sin contrato.

Valores añadidos y servicios adicionales:

- **Ámbito nacional:**
 - **Aviso de recibo:** modelos M 35 Plus-1E o M 35 Plus-2E.
 - **e-AR** para clientes con contrato.
 - **Valor declarado,** hasta 3.000 euros, abonando una cantidad según tarifas por cada 50 euros declarados o fracción.

.../...



.../...

- Se ofrece una cobertura a nivel mundial, la experiencia y profesionalidad de los empleados de Correos para todo tipo de servicios y los medios más adecuados y modernos para el tratamiento de los envíos.
- La tarifa basada en términos de costes permite ofrecer al cliente un precio adecuado en función del volumen de su negocio.
- Se pone a disposición del cliente toda una gama de sobres y embalajes adecuados a cada una de sus necesidades.

Principales clientes:

- Particulares.
- Profesionales.
- Pymes.
- Instituciones públicas y privadas.
- Sectores de banca, distribución, seguros...

2. CARTA CERTIFICADA

Todo envío **cerrado**, cuyo contenido **no** se indique ni pueda conocerse, así como toda comunicación materializada en forma escrita sobre soporte físico de cualquier naturaleza, que tenga carácter actual y personal, cuando se trate de comunicaciones **especialmente importantes** a cualquier punto (contratos, presupuestos firmados...).



Los envíos circulan con carácter **registrado** e identificados individualmente mediante una **etiqueta con código de barras** adherida en el anverso, facilitada en las unidades de admisión o que el cliente puede imprimir directamente desde su ordenador o desde Correos Online.

Los envíos se entregan **bajo firma** en el domicilio del destinatario. Si no puede realizarse la entrega, se deja un **aviso de llegada (M-4)** en el buzón domiciliario para que el cliente pase a recogerlo en la oficina indicada, permaneciendo en ella durante **15 días naturales** a disposición del cliente.

El cliente puede **consultar gratuitamente el seguimiento** y control de sus envíos utilizando el localizador de envíos en la página web www.correos.es.

.../...

Servicios adicionales:

- **Ámbito nacional:**
 - Recogida a domicilio (con contrato).
 - Petición de devolución, modificación o corrección de dirección postal por el remitente.
 - Gestión de información de devoluciones (solo clientes con contrato).
- **Ámbito internacional:**
 - Recogida a domicilio (con contrato).
 - Petición de reexpedición por el remitente.
 - Petición del remitente de devolución o modificación de dirección.

Tarifas y bonificaciones: las establecidas para estos productos, con posibilidad de bonificación según acuerdos. Se establecen los siguientes **tramos de peso** tanto en el ámbito **nacional** como en las dos zonas del ámbito **internacional**:

- Hasta 20 g normalizadas.
- Más de 20 hasta 50 g (incluye hasta 20 g sin normalizar).
- Más de 50 g hasta 100 g.
- Más de 100 g hasta 500 g.
- Más de 500 g hasta 1.000 g.
- Más de 1.000 g hasta 2.000 g.

6 tramos**Formas de pago:** **todos**

- En el momento: pago en metálico, tarjeta crédito o débito, Tarjeta Más Cerca, transferencia bancaria e ingreso en cuenta:
 - Sellos.
 - Estampillas.
 - Franqueo Pagado en oficina.
 - Máquina de Franquear de oficina.
- Franqueo electrónico a través de Correos Online.
- Franqueo a máquina.
- Franqueo pago diferido:
 - Franqueo pagado.
 - Franqueo en destino.

Productos sustitutivos: **Prepagados y Prefranqueados.****Canales de comercialización:**

- Red de oficinas.
- Red de ventas.
- Correos Online.
- Entidades colaboradoras.

Argumentario de venta:

- Se mueven más de 15 millones de cartas diarias que se entregan a domicilio con todas las garantías de confidencialidad y fiabilidad. Correos cuenta con más de 30.000 profesionales de reparto.
- Se dispone de total accesibilidad a través de cualquiera de los puntos de depósito (buzones, oficinas, sucursales...). El cliente también puede mandar cartas sin moverse de su ordenador a través de la página web: www.correos.es.
- Se llevan y entregan a domicilio, a través de una Red que ofrece total cobertura nacional (red propia) e internacional.

.../...



Servicios postales

1. CARTA ORDINARIA



Todo envío cerrado, cuyo contenido **no** se indique ni pueda conocerse, así como toda **comunicación** materializada en **forma escrita** sobre **soporte físico** de **cualquier naturaleza**, que tenga carácter **actual y personal**. En todo caso, tendrán la consideración de “carta” los envíos de **recibos, facturas, estados financieros** y otros documentos de negocio con mensajes que **no sean idénticos**. Correos garantiza la **confidencialidad y fiabilidad** en la entrega en el domicilio del destinatario.

Características del producto:

Ámbito¹:

- **Nacional:** España y Andorra.
- **Internacional:**
 - **ZONA 1:** Europa incluida Groenlandia.
 - **ZONA 2:** resto de países.

Plazos de entrega:

- **Nacional:** entrega del **93%** en **3 días hábiles**:
 - **Local:** **1 día hábil**.
 - **Provincial:** **2 días hábiles**.
 - **Nacional:** **3 días hábiles**.
- **Internacional:**
 - **Europa:** **2 a 4 días hábiles** (plazo promedio indicativo según origen/destino).
 - **Resto** de destinos: **según país**.

\\ **Embalaje:** en forma de sobre/caja/tubo o rollo que **garantice la integridad** del contenido. Correos pone a disposición de sus clientes en sus oficinas varios modelos de sobres (papel, acolchados, semirrígidos), prepagados, prefranqueados y embalajes para el adecuado acondicionamiento de los envíos.

\\ **Peso:** hasta **2 kg**.

Dimensiones:

- **Máximas:**
 - Sobre/caja: $L+A+A = 90$ cm, sin que la mayor exceda de **60** cm.
 - Rollo: $L+2D = 104$ cm, sin que la mayor exceda de **90** cm.
- **Mínimas:**
 - Sobre/Caja: **14 x 9** cm.
 - Rollo: $L+2D = 17$ cm, sin que la mayor sea inferior a **10** cm.
 - Los envíos con dimensiones inferiores a las mínimas deben circular con una etiqueta de **10 x 7** cm en la que figure la dirección y el franqueo.

\\ **Opciones:** **con contrato y sin contrato**.

.../...

¹ A efectos del ámbito y para todos los productos postales, desde el 1 de enero de 2009, el ámbito nacional, excepto que expresamente así se indique como ocurre con las Notificaciones, incluye Andorra. En cuanto al ámbito internacional, incluye Gibraltar que queda englobado en la Zona 1 correspondiente a los países de Europa.

Parte_01 Comunicación

Correos opera en el sector de las comunicaciones físicas, digitales y de paquetería, proponiendo soluciones globales que permitan la gestión integral de todas las necesidades de sus clientes.

En un entorno marcado por la sustitución de las comunicaciones postales por nuevos canales electrónicos -incentivado por la Administración electrónica, la banca digital o la factura electrónica-, que ha constituido una de las principales causas de la reducción de los volúmenes postales, Correos persigue mantener su liderazgo en la distribución postal a todos los hogares y empresas y, al mismo tiempo, ofrecer una cartera de productos y servicios que responda a las nuevas demandas de multicanalidad, inmediatez y personalización de los mensajes.

Frente a la dificultad para lograr la diferenciación en un mercado muy competitivo y con ofertas aparentemente muy similares, Correos sustenta su propuesta de valor en la confianza que genera su fiabilidad y seguridad, en su flexibilidad comercial y en la innovación continua aplicada a los servicios.

Llamamos **Línea de Comunicación** al conjunto de productos y servicios destinados a satisfacer las necesidades de comunicación escrita de los ciudadanos y el envío de documentos a nivel nacional e internacional.



En 1998, Correos publicó el **Manual de Productos y Procedimientos** que establecía **cinco líneas de productos** y la oferta comercial de Correos quedaba distribuida en Línea Básica, Línea Urgente, Paquetería, Línea Económica y Servicio Postal Financiero, que, en la práctica acabó en seis líneas de productos, porque se separaron los productos telegráficos de los de Línea Urgente, enmarcándose en una línea independiente que era la de Productos Telegráficos.

Esta clasificación había quedado totalmente desfasada, ya que muchos de los productos originarios habían desaparecido siendo sustituidos por otros, y, a su vez, se habían creado nuevos servicios y productos, imposibles de encuadrar en ninguna de las líneas establecidas.

En los últimos tiempos las tarifas agrupan los productos de forma totalmente diferente a como se hacía hasta ahora y, además, se ha generalizado el “**Book de productos**”, donde se encuentra incluido todo el **catálogo de productos y cartera de servicios que Correos ofrece a los clientes**, y que **se subdivide en Líneas** más acordes al momento que vivimos en el sector postal y que impacta de lleno en Correos, momento de auge de servicios digitalizados, diversificación de servicios y comercio electrónico que obligan a definir nuevas estrategias de paquetería y una nueva cartera de Grupo.

Esta última y novedosa clasificación es la que vamos a utilizar para desarrollar este primer tema donde los diferentes productos y servicios de Correos, tanto ordinarios como registrados, los agruparemos en las siguientes líneas operativas: Comunicación, Correos Directo y Marketing, Libros y publicaciones periódicas y Financieros.

Desde su nacimiento, Correos ha vivido un constante proceso de transformación para adaptarse a las necesidades demandadas en cada momento por la sociedad. Una evolución que comienza con la creación del sello como forma de pago del correo y continúa hasta nuestros días con servicios innovadores como CityPaq.

Establecer una **clasificación de los productos postales** ha sido una tarea que ha experimentado una transformación a lo largo de los años, marcada por la evolución del mercado y por la incorporación de nuevos productos y servicios para satisfacer las necesidades de un mercado cada vez más competitivo (necesidad de diversificación) y para adaptarse a las demandas del cliente.

Fruto de ello se han creado nuevas líneas de negocio y otras se han fortalecido, como la paquetería por el comercio electrónico, el correo directo y marketing y los servicios digitales.

El **Reglamento de Prestación de los Servicios Postales** (Real Decreto 1829/1999 de 3 de diciembre) establecía que **los servicios postales se clasificaban diferenciándolos según las garantías o según las prestaciones básicas que se otorgaban al envío**, resultando la siguiente clasificación:

- De acuerdo con las **garantías** que se otorgan al envío:
 - Servicios de envíos **generales**: aquellos para los que el operador postal no otorga más garantías al envío que las ofrecidas con carácter general, se confían al operador sin que medie recibo justificativo individualizado.
 - Servicios de envíos **certificados**: los que, previo pago de una cantidad predeterminada, establecen una **garantía fija** contra los riesgos de **pérdida**, **sustracción** o **deterioro**, y que facilitan al remitente, en su caso y a petición de éste, una **prueba del depósito del envío o de su entrega** al destinatario.
 - Servicios de envíos con **Valor declarado**: los que permiten asegurar éstos por el valor declarado por el propio remitente.
- Según las **prestaciones** básicas o complementarias que conllevan:
 - **Ordinarios**: envíos que se acogen a condiciones y calidades regulares, preestablecidas por el operador postal.
 - **Rápidos**: el servicio además de su mayor **rapidez y seguridad** en la recogida, distribución y entrega de los envíos, se caracteriza por la posibilidad de tener otras **prestaciones** suplementarias (entrega en fecha determinada, Aviso de recibo, etc.).
 - **Especiales**: son **prestaciones complementarias** a las anteriores (Reembolso, etc.).

El **Real Decreto 1323/1990**, de 26 de octubre, por el que se modifican las tarifas postales y telegráficas, distribuyó los productos comerciales de Correos en **Líneas operativas en función de los niveles de calidad exigibles para cada uno de ellos**. En él se definieron **tres líneas de productos: productos básicos, productos urgentes y productos económicos**.

Tema_01
#Productos
y Servicios Postales
(ordinarios y registrados)

segundo, la declaración “a extinguir” de todos los Cuerpos de Funcionarios de Correos. Desde ese momento, por tanto, el nuevo personal que ingresa lo hace como laboral.

La Sociedad Estatal se constituyó como tal el 22 de junio de 2001 y, posteriormente, se inscribió en el Registro Mercantil, entrando en funcionamiento el 3 de julio del mismo año. El capital social inicial fue fijado en 611.521.000 euros, dividido en 611.521 acciones de 1.000 euros cada una; la Dirección General de Patrimonio del Estado del Ministerio de Hacienda se hizo cargo de la totalidad de las acciones, por lo que tenía una titularidad 100% pública.

- El acuerdo del Consejo de Ministros de 16 de marzo de 2012, por el que se aprueba el Plan de Reestructuración y Racionalización del sector público empresarial y fundacional estatal, que se hizo público mediante la Orden HAP/583/2012, de 20 de marzo, estableció, entre otras medidas, el cambio de titularidad de Correos, con la consecuente incorporación de la totalidad de las acciones a favor de SEPI¹. El acuerdo de traspaso de la totalidad de las acciones entre la Dirección General del Patrimonio del Estado y SEPI se formalizó el 7 de junio de 2012 y se elevó a público el 12 de junio.

En la actualidad, el Grupo Correos se enfrenta para su viabilidad con grandes retos que ha de afrontar ya que se ha producido la intensificación de la competencia en los mercados en los que opera, se han impuesto nuevas formas de identificación y comunicación digital como la firma biométrica, hay que dar respuesta con el incremento de cuotas de mercado al comercio electrónico y, por ende, a los volúmenes de paquetería.

¹ SEPI está formado actualmente por 15 empresas participadas mayoritariamente y de forma directa. Éstas se encuadran en cuatro categorías basándose en la actividad y funciones que realizan: Energía, Defensa, Alimentación y Medio ambiente y Comunicación. El Grupo Correos está en la categoría de Comunicación.



A lo largo de la historia de Correos hemos visto cómo ha ido adaptándose a los cambios que se iban produciendo en el ámbito económico, político, social y tecnológico. Estos cambios, en determinados momentos, devinieron en profundas reformas que transformaron la red postal, los medios de transporte, los servicios o los marcos legales de la propia Organización.

Con respecto al último aspecto, lo que denominamos **cambios de marcos jurídicos**, hemos asistido en los últimos años a una **transformación orgánica de Correos** para dotarlo de autonomía y capacidad de adaptación. Así, la antigua Dirección General de Correos y Telecomunicación, que gestionaba los servicios postales desde 1939, se transformó sucesivamente en la Dirección General de Correos y Telégrafos (1985), el Organismo Autónomo Correos y Telégrafos (1992), la Entidad Pública Empresarial Correos y Telégrafos (1998) y la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, SA (2001):

- La **Dirección General de Correos**, carente de personalidad jurídica propia, actuaba a la vez como Administración Postal del Estado, como titular de las potestades reguladora, inspectora y sancionadora del sector y como operador responsable de la prestación de los servicios postales.
- El **Organismo Autónomo Correos y Telégrafos** era un organismo de carácter comercial, con personalidad jurídica y patrimonio independientes de los del Estado y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines. Desarrolló su actividad mercantil sujeto al Derecho privado. Un hito importante de este período fue la eliminación, en 1994, de las franquicias postales que conllevó la supresión de la gratuidad de los envíos de los organismos oficiales y contribuyó a conocer la verdadera magnitud de la demanda de servicios postales y a sanear su cuenta de resultados.
- Dando un paso más para preparar al operador postal público ante la progresiva liberalización que se iniciaba, el Organismo Autónomo se transformó en **Entidad Pública Empresarial Correos y Telégrafos**, adscrita al Ministerio de Fomento, que mantenía las funciones y el régimen jurídico de su antecesor. Tras la aprobación de la Ley Postal de 1998, la Entidad se convirtió en el primer operador designado por el Estado para prestar el servicio postal universal en todo el país, reservándole una serie de derechos especiales y exclusivos para garantizar la prestación.
- El paso definitivo se dio en el año 2000, cuando el artículo 58 de la Ley 14/2000, de Medidas Fiscales, Administrativas y de Orden Social, transformó la Entidad en **Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, Sociedad Anónima**, pensada para acometer la modernización del operador público postal ante el escenario de liberalización progresiva hasta llegar a ser total, que ya se contemplaba.

En su creación fue adscrita al Ministerio de Fomento y asumió las funciones que desarrollaba la Entidad Pública Empresarial, subrogándose en la condición de operador designado para la prestación del servicio postal universal; sin embargo, el cambio produjo dos efectos que rebasaron el ámbito postal: el primero, la alteración de la naturaleza de los ingresos percibidos por sus servicios, que dejaron de ser tasas para convertirse en precios privados y, el

El Grupo Correos está integrado por la **Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. (SECTSA)** y las **filiales** Correos Express Paquetería Urgente, S.A., S.M.E., Nexea Gestión Documental, S.A., S.M.E. y Correos **Telecom, S.A., S.M.E.** Las cuatro empresas conforman uno de los primeros grupos empresariales españoles, tanto por recursos como por actividad comercial. Las empresas que componen el Grupo Correos operan en los sectores de las comunicaciones físicas y digitales y de la paquetería, mercados muy competitivos que exigen una continua adaptación en los rápidos cambios en la demanda y a la evolución tecnológica.

Desde el punto de vista histórico, el servicio de Correos en España fue una concesión durante años que otorgaba el Rey, hasta que Felipe V convirtió el servicio en asunto de responsabilidad del Estado. **1716** se considera el año del nacimiento del servicio de Correos como servicio público, ya que se empieza a gestionar directamente por el Estado con dependencia administrativa de la Secretaría del Despacho de Estado.

En 2016 se cumplieron 300 años de Correos como servicio público. Un largo viaje en el que Correos siempre ha sido un servicio esencial para la vertebración y cohesión social en España y un motor del desarrollo económico. A lo largo de estos tres siglos los hitos más importantes en la historia de Correos han sido los siguientes:

✓ 1706 Felipe V incorpora a la Corona “todos los oficios que por cualquier título, motivo o razón se hubiesen enajenado o desagregado de ella”.	✓ 1716 Nacimiento de Correos como servicio público.	✓ 1756 Se crea el oficio de cartero. Se nombran los primeros carteros urbanos.	1762 Instalación de los primeros buzones.
✓ 1850 Dotación de flota propia de transporte para la correspondencia y nacimiento del sello como medio de pago.	✓ 1855 Se introducen los servicios telegráficos.	✓ 1870 Se establece el reparto postal diario.	1882 Las mujeres se incorporan a la plantilla de Correos, en concreto al servicio de Telégrafos.
✓ 1884 Correos se encarga del primer servicio telefónico público del país.	✓ 1889 Se crea el Cuerpo de Empleados de Correos para atender la gestión de los 75 millones de cartas que circulaban por entonces.	✓ 1911 Nuevos servicios como cartas urgentes, giros y reembolsos, servicios bancarios a través de la Caja Postal de Ahorros.	✓ 1962 Instalación de los primeros buzones domiciliarios.
✓ 1981 Se crea el Código Postal como fórmula de clasificación automática de la correspondencia.	✓ 1990 Informatización de toda la red de oficinas.	✓ 2002 Culminación de la automatización de la red de grandes centros logísticos.	✓ 2003 Apertura de la Oficina Postal Virtual.
✓ 2006 Implantación del sistema de control de calidad por radiofrecuencia (RFID).	✓ 2011 Automatización de la clasificación de paquetería.	✓ 2013 - Actualidad Se pone en marcha el Plan de Acción 100-300-1.500, con medidas encaminadas a impulsar la transformación de Correos para ser el mejor proveedor de servicios de comunicación físicos, digitales y de paquetería del mercado español.	

#Introducción